

عوامل فاعلية العملية الاتصالية

مقاربة تأصيلية

د. الشريف مرزوق



مع تحديد درسات
الاصالة للنشر / الجزائر

عوامل فاعلية العملية الاتصالية مقاربة تأصيلية

د. الشريف مرزوق

عوامل فاعلية العملية الاتصالية

مقاربة تأصيلية

عوامل فاعلية العملية الاتصالية

مقاربة تأصيلية

د. الشريف مرزوق



الطبعة للنشر / الجزائر



© شركة الأصالة 2022

ISBN : 978-9931-881-46-9

الإيداع القانوني : أبريل 2022

شركة الأصالة للنشر / الجزائر

العنوان : حي المندرين الصنوبر البحري قطعة رقم 161 المحمدية

الجوال : 06.69.00.47.44

البريد الإلكتروني : assala.edition@assala-dz.net

الموقع الإلكتروني : www.assala-dz.net

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

إهداء

أهدي ثمرة هذا الجهد المتواضع إلى:

* الزوجة الفاضلة التي كانت نعم السند ولا زالت في مختلف المشاريع.

* الأولاد الأعزاء الذين تحملوا معي الكثير من التبعات.

* الزملاء، الأساتذة، المفكرون، الطلاب، المهتمون بأحوال الأمة، الساعون بما يملكون

من أجل استنهاضها، وفعاليتها، وتميزها في كل شعاب الحياة.

فهرس الموضوعات

9.....	مقدمة
10.....	1- مفاهيم الاتصال
13.....	2- تاريخ الاتصال
15.....	3- أركان أو عناصر الاتصال
17.....	4- أهمية الاتصال
22.....	أولا: عوامل فاعلية المرسل
62.....	ثانيا: عوامل فاعلية المرسل إليه
84.....	ثالثا: عوامل فاعلية الرسالة
108.....	رابعا: عوامل فاعلية الوسيلة
111.....	خامسا: رجع الصدى أو التأثير
120.....	خاتمة
121.....	مراجع ذات صلة

مقدمة:

خلق الله تعالى الإنسان وخصه بحرية الاختيار وقابلية التعلم والقدرة على التفكير والتعبير والمخاطبة حتى أسجد له الملائكة ﴿فَإِذَا سَوَّيْتُهُمْ وَنَفَخْتُ فِيهِمْ مِنْ رُوحِي فَقَعُوا لَهُمْ سَاجِدِينَ﴾⁽¹⁾

﴿الرَّحْمَنُ ۝١ عَلَّمَ الْقُرْآنَ ۝٢ خَلَقَ الْإِنْسَانَ ۝٣ عَلَّمَهُ الْبَيَانَ ۝٤﴾⁽²⁾

وبتلك الخصائص، امتلك أهمية القيام بأعباء الخلافة والقدرة على بناء الحضارة وبناء العلاقات الاجتماعية وترويض المخلوقات الأخرى ومحاولة التواصل معها.

ولقد اهتم العلماء بمعرفة كيفية الاتصال ووسائله، وقد وجدوا أن هناك وسائل أخرى غير الوسيلة الفطرية الأكثر استعمالاً وهي الكلام يتم بها الاتصال تستعمل دون ألفاظ، كتعبير ملائح الوجه عند الحزن أو الفرح مثلاً: الإشارات.

وفي زحمة الحياة المعاصرة، والصراع بين الغرب والشعوب الضعيفة تولد علم جديد أملت الظروف المختلفة وهو علم الاتصال، والذي يعتبره العلماء المشتغلون بالاجتماع والسياسة والإدارة أنه "حجر الزاوية في المعاملات اليومية".

ومن المؤكد أن كيان العالم كله قائم على التواصل والتفاهم، والحضارة ثمرة لهذا التواصل فطرق المواصلات أكثر من أن تحصى.

وتقتضي سنة الحياة وتحولاتها تطوير أدوات الاتصال البشري بما يخدم المنافع الإنسانية العامة.

(1) قرآن كريم، سورة الحجر، الآية 29.

(2) قرآن كريم، سورة الرحمن، الآية 1-4.

وبفضل ذلك حدثت نقلة سريعة في مجال الاتصال والمعارف الفطرية، مما يؤكد نظرية البقاء للأسرع.

وأصبحت دول العالم الثالث مستفزة أمام هذا الطوفان مما يلزمها أن تنهض وإلا التهمها طوفان العولمة.

وما يلاحظ في عصرنا ضعف الإنسان خاصة العربي في فنون الاتصال بالآخر وبحضارة الغير.

وكذا ضعف الطلاب في استخدام مهارات الاتصال الأربع (الحديث، القراءة، الكتابة، الاستماع)

ما يضطرنا إلى إعادة النظر في التربية الاتصالية وتطويرها، لأهميتها في تنمية شخصية الفرد والمجتمع وإعداد الأمة للحياة الكريمة عبر اتقان مهارات الاتصال.

وفي هذا المؤلف، نحاول الوقوف على جانب من مهارات الاتصال وهي العملية الاتصالية، ونحدد أهم العوامل التي تسهم في تطويرها ونجاحتها وفعاليتها حرصا على تحقيق أهدافها، خصوصا ونحن في عصر ينادي بالجودة في كل شيء.

1- مفاهيم الاتصال

أ- لغة: كلمة مشتقة من مصدر "وصل" الذي يحمل معنيين رئيسيين:

✓ الربط بين كائنين أو شخصين وذلك على عكس الانفصال والقطع والبعد، والربط يعني وصله وجمعه ضد فصله.

✓ البلوغ أو الانتهاء إلى غاية ما، وصل إلى الشيء أي بلغه، وصلني الخبر بلغني.

"فالالاتصال في اللغة أساسا الصلة والعلاقة وبلوغ غاية معينة من تلك الصلة".

وتعني كلمة الاتصال Communication التعبير والتفاعل من خلال بعض الرموز لتحقيق هدف معين وتنطوي على عنصر القصد والتدبير.

وهذه الكلمة مشتقة من الأصل اللاتيني Communis بمعنى المشاركة أو تكوين علاقة أو بمعنى شائع أو مألوف.

كما أرجع البعض هذه الكلمة إلى الأصل Communis بمعنى عام أو مشترك. وأي من هذه المفاهيم يوضح لنا أن الاتصال عملية تتضمن (المشاركة- التفاهم) حول (موضوع، فكرة) لتحقيق (هدف برنامج).

كما يفيد مصطلح Communis معاني: نشر، وبلغ، وأعلم، وأعلن، وفهم، ونقل. وعلى ضوء هذه التعاريف اللغوية المختلفة، يمكننا فهم مصطلح الاتصال، فحينما نحاول أن نتصل مع غيرنا، فإننا نحاول أن نؤسس اشتراكا مع شخص آخر أو مجموعة معينة أو مجتمع ما... في الأفكار أو الآراء أو الأخبار أو الاتجاهات⁽¹⁾.

ب- من الناحية الاصطلاحية:

قد وردت لدى الدارسين تعاريف متعددة للاتصال، يتفق معظمها حول المعنى الدقيق لعملية الاتصال، ومن أشهر هذه التعاريف⁽²⁾:

✓ (هوفلاند): "إن الاتصال هو العملية التي ينقل بمقتضاها الفرد القائم بالاتصال منبهات".

✓ (ريد فايلد): "الاتصال هو المجال المتسع لتبادل الحقائق والخبرات والآراء والمعلومات بين أفراد المجتمع الإنساني".

(1) أحمد عيساوي، منهجية البحث في عملية الاتصال الدعوي، ط1، دار الكتاب الحديث، القاهرة،

2012، ص 20.

(2) نفس المرجع، ص 21.

(زين العابدين الركابي): الاتصال هو الجهد الإنساني الهادف إلى إنشاء صلة بين الناس، أو تحسين صلة على أساس عقدي أو مهني أو مصلحي مصداقا لقوله تعالى:

﴿وَلَقَدْ وَصَّلْنَا لَهُمُ الْقَوْلَ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ﴾⁽¹⁾

✓ عملية تفاعل بين طرفين من خلال رسالة معينة، فكرة أو خبرة أو مهارة، أو أي مضمون اتصالي آخر عبر قنوات اتصالية ينبغي أن تتناسب مع مضمون الرسالة بصورة توضح تفاعلا مشتركا بينهما.

✓ بمعناه العام والبسيط: يقوم على نقل أو استقاء أو تبادل المعلومات بين أطراف مؤثرة ومتأثرة من مصادر ومتلقين، على التخصص أو التعميم على نحو يقصد به ويترتب عليه تغيير في المواقف أو السلوك.

وعلى ضوء هذه التعاريف المتعددة نثبت حقيقة الاتصال على أنها العملية التي يتم بها تبادل وانتقال المعلومات والأفكار والآراء والأنباء والحقائق والرسائل والعقائد بين أفراد المجتمع الإنساني، ضمن طرق وأنساق اجتماعية متنوعة من حيث الحجم والمحتوى والرقى، بغية إحداث الصلة والتفاعل بين أفراد المجتمع الواحد أو غيره، عبر رموز معينة لإحداث التأثيرات اللازمة في الأفكار والعقائد والعلاقات.

التواصل: يعرف قاموس اللسانيات (لجون ديبوا وآخرين) التواصل على أنه تبادل لفظي Verbal ما بين فاعل ومنتج ملفوظ، موجه إلى فاعل متكلم آخر ومستمع.

الإعلام: تتعدد مفاهيم الاعلام وتختلف من باحث إلى آخر، إلا أنها تلتقي في بعض النقاط الأساسية التي تجعل من الاعلام آلية نشاط ووظيفة... فهو إذا يعني كافة أوجه النشاط الاتصالية التي تستهدف تزويد الجماهير بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية.

(1) قرآن كريم، سورة القصص، الآية 28.

* كلمة الاعلام مشتقة من العالم، يقول العرب: استعلمه الخبر فأعلمه إياه، يعني صار يعرف الخبر بعد أن طلب معرفته.

فلغويا يكون معنى الاعلام هو نقل الخبر وهو نسق المعنى الذي يطلقه العلماء على عملية الاعلام.

د. عبد اللطيف حمزة "الاعلام هو تزويد الناس بالأخبار الصحفية والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة..."

- الاعلام مفهوم عصري ينطبق خاصة على عملية الاتصال التي تستعمل الوسائل العصرية من صحافة وإذاعة وتلفاز.

* الاتصال أوسع من الاعلام وهو كلمة مشتقة من اللاتينية Communis أي الشيء الشاسع المألوف، وهو انتقال المعلومات والأفكار أو الاتجاهات أو العواطف من شخص أو جماعة إلى شخص أو جماعة أخرى من خلال الرموز.

كما يعني خطوط المواصلات أو قنوات تربط مكانا بآخر، أو تقوم بنقل سلع أو فوائد.

* الإعلام هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة الواضحة، والمعلومات السليمة الصادقة، والحقائق الثابتة التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات.

2- تاريخ الاتصال⁽¹⁾

- أول اتصال في تاريخ البشرية حدث بتعليم آدم الأسماء واللغات والصفات ﴿وَعَلَّمَ ءَادَمَ الْأَسْمَاءَ كُلَّهَا ثُمَّ عَرَضَهُمْ عَلَى الْمَلَائِكَةِ فَقَالَ أَنْبِئُونِي بِأَسْمَاءِ هَؤُلَاءِ إِنْ كُنْتُمْ

(1) زهير إحدادن، مدخل لعلوم الاعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2002، ص 30.

صَدِيقَيْنِ ﴿⁽¹⁾﴾، تم اتصال آدم -ﷺ- بالملاكة ﴿قَالَ يَتَكَاذِمُ أَنْبِئْتُهُمْ بِأَسْمَائِهِمْ...﴾ ﴿⁽²⁾﴾، ومخاطبة الله آدم وزوجه ﴿وَقُلْنَا يَتَكَاذِمُ أَسْكُنْ أَنْتَ وَزَوْجُكَ الْجَنَّةَ﴾ ﴿⁽³⁾﴾، واتصال الشيطان بآدم وإغوائه وهبوطه من الجنة.

وهكذا بدأت الحياة على الأرض، أول ما بدأت به بالاتصال والتواصل وكانت بحق معجزة الخلق.

وقد تدرجت أساليب الاتصال حسب حالات المجتمع، فبدأت بالإشارة والإيماء والرسم على الرمل وتكوين الأصوات المجردة، ثم النقش على الحجارة والصخور والكتابة عليها وعلى العظام.

ثم عرف الإنسان الكتابة بالحروف، وحولها إلى رموز صوتية تعبر عن مقصوده، فكانت اللغة المشتركة أبرز وسيلة للتواصل. وكان النطق أسبق من الكتابة لأنه فطري والكتابة أمر مكتسب. ثم تنوعت أساليب الكلام فرضتها ضرورة الاتصال من مثل: الحوار، المناظرة، القدوة، الجمال...

ولكن ظل التكلم عماد هذه المفاهيم، واللغة وسيلة التفاهم الأولى وخير وعاء ناقل للفكر.

ويعد الاتصال أقدم نشاط إنساني، وهو من الظواهر المألوفة لدينا أكثر من أي شيء آخر، فكل فرد يلحظ نفسه طرفا في عمليات اتصال عديدة مع غيره من الناس، كما يرى الناس من حوله يمارس كل منهم شكلا أو آخر من أشكال الاتصال.

(1) قرآن كريم، سورة البقرة، الآية 31.

(2) قرآن كريم، سورة البقرة، الآية 33.

(3) قرآن كريم، سورة البقرة، الآية 35.

ومع بداية الإنسان في العصور القديمة مارس الإنسان الاتصال بأشكال بدائية ظلت تتطور إلى اليوم فأصبحت معقدة وتقوم على جهود ومنظمات.

فمن الإشارات، ثم الوصول إلى التسجيل، الكتابة، ثم الطباعة، ثم ظهر الراديو والتلفاز والهاتف لنقل الموجات الصوتية إلى الصورة، السينما، الفيديو، الحاسوب، الانترنت، الاتصال التبادلي عن بعد، الفضائيات. وتبقى الأشكال الاتصالية حصيلة يفرزها المجتمع من خلال علاقته ببيئته.

3- أركان أو عناصر الاتصال⁽¹⁾

تتكون عناصر العملية الاتصالية مما يلي:

- 1- من يقول؟ أو المصدر المرسل أو الملقى (Source) متكلماً أو كاتباً، مستخدماً الإشارة أو رمز. - فرد. - جماعة. - منظمة.
- 2- ماذا يقول؟ أو الرسالة Message.
- 3- بأية وسيلة؟ أو الوسيلة Medium أو القناة. الحواس (من إشارة، كتاب، مجلة، أوراق، ملاصقات...).
- 4- إلى من؟ أو المستقبل أو المتلقي (Receiver). (مستمع، قارئ مبصر الرموز).
- 5- بأي تأثير؟ التأثير والأثر. Effects.
- 6- ما هو رد الفعل؟ (Feed back).

وكل عنصر يشبه الحلقة في سلسلة لا بد من وجودها.

(1) راشد علي عيسى، مهارات الاتصال، ط1، كتاب الأمة، ع 103، وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية،

قطر، 2004، ص55.

عناصر الاتصال في نموذج (لازويل Laswell)		عناصر الاتصال في نموذج (بيرلو Berlo)	
Who is to say ?	من يقول؟	Sender	- المرسل
What is to say ?	ماذا يقول؟	Message	- الرسالة (رموز، الإشارات، سلوكيات).
Whom is to say ?	لمن يقول؟	Receiver	- المستقبل
What channel?	من القناة؟	Channel	- قناة الاتصال
What effect?	ما الأثر؟	Feed back	- التغذية الرجعية.

وتتضمن العملية فكرة التفاعل حيث يتحول المرسل إلى مستقبل والعكس، كما أنها عملية ديناميكية (Dynamic process) تعمل في آن واحد.

عملية الاتصال: وتعني أساسا بدائرة الاتصال (Communication cycle) التي تبدأ من المرسل وتنتهي بالمستقبل مروراً بالرسالة وقناة الاتصال، فالمرسل يقوم بصياغة الرسالة في رموز ويرسلها للمستقبل الذي يقوم بدوره بتوجيه هذه الرموز وفهمها ومن ثم رد فعله الإيجابي أو السلبي عنها.

والرسالة عبارة عن جملة أفكار لدى المرسل يقوم بصياغتها على هيئة وسائل، ثم يرسلها للمتلقي عبر قناة اتصال مناسبة. مثل: البريد، التعليم، برامج الإذاعة والتلفزيون (مختلف وسائل العصر الحديث) وقد يكون المصدر فرد أو مؤسسة أو فريق عمل أو تنظيم.

والرسالة جملة الأفكار والمعلومات والمعاني والتصورات التي يريد المصدر نقلها إلى المستقبل وهذه المعاني تتسم بالذاتية والنسبية، وفي أثناء تدفق الرسالة خلال شبكات عديدة من الاتصال تتعرض الرسالة لما يسميهم علماء الاتصال بحراس البوابات مثل (النمساوي كرتلوني) صاحب نظرية الحاجب الإعلامي The Gatekeeper فيقومون بنقلها كما هي أحياناً ويحذفها أحياناً أخرى أو يغيرون فيها، وقد تتعرض الرسالة إلى أخطاء أو إضافات لم تكن فيها.

أما الوسيلة أو القناة فإنها تقوم بنقل الرموز التي تحويها الرسالة إلى المستقبل أي الجمهور أو شخص ما.

ويعد المستقبل هدف عملية الإعلام برمتها، وعليه تجرى الدراسات والبحوث لمعرفة تأثير العملية الإعلامية في معلوماته واتجاهاته وسلوكه، ودراسة ظروفه وأحواله تساعد على نجاح العملية الاتصالية وفي اختيار الوسائل المؤثرة.

وسيتوقف نجاح الاتصال على اختيار المحتوى المناسب للرسالة موضوع الاتصال وكذلك على اختيار القناة والوسيلة المناسبة لنقلها، وقيمة أية رسالة تتوقف على مدى فعالية هذه الرسالة وتأثيرها على المستقبل ورد الفعل السيئ إيجابيا إذا تحقق التأثير المقصود ويسمى سلبيا إذا لم يتحقق التأثير ومن ثم يبحث المصدر في تعديل رسالته إذا أراد أن يحقق التأثير المطلوب.

المستقبل ويتأثر بـ:	القناة	الرسالة الإعلامية	المرسل ويتأثر بـ:
• مهارات الاتصال في القراءة والاستماع. • الاتجاهات. • المعرفة. • التجارب. • النظام الاجتماعي. • الثقافة.	• وسائل الإعلام. • الكتابة. • الإشارة. • الجسم.	• المحتوى والصور الرمزية التي تحررها الرسالة.	• مهارات التحرير. • الاتجاهات. • المعرفة. • التجارب. • النظام الاجتماعي. • الثقافة.

4- أهمية الاتصال: يمكن تحديد أهمية الاتصال من خلال الأبعاد التالية:

* الأبعاد الاجتماعية للاتصال:

إن الإنسان اجتماعي بالطبع، يقول العلامة (ابن خلدون): "الإنسان مدني بطبعه"

ويؤكد ذلك قوله تعالى :

﴿يَتَأْتِيَ النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاهُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاهُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا﴾⁽¹⁾ ، ﴿وَمِنْ آيَاتِهِ خَلْقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَخَلْقَ الْإِنسَانِ مِنْ طِينٍ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِّلْعَالَمِينَ﴾⁽²⁾ .

وقد أثبت هذا الأمر علم النفس الاجتماعي على طريقة التحليل النفسي التي تقول أن الطفل مدفوع إلى الاتصال بغيره انطلاقاً من غريزتين أساسيتين فيه وهما :
أ- غريزة الشهوة *désir* في مظاهرها العامة كالحب والتعلق بالوالدين .
ب- غريزة التقليد أو التشبيه بغيره (الوالدين) .

وتؤكد النظريات الاجتماعية لـ (wallon -w shutz) أن الإنسان يولد وفيه احتياج لغيره .

والطفل يجهد نفسه لإلفات النظر إليه، ويبحث عن الحنان والعطف أو يبدي استبداده وسيطرته .

ويقول (Moussonneuve) : "إن طبيعة الإنسان مزدوجة فهو اجتماعي بمعنى أنه عضو نشيط في المجتمع وله أنانيته وهو كذلك نتاج هذا المجتمع ومتأثر به" .

عند علماء الاجتماع الإنسان دائماً يريد أن يكون مع غيره أو أن يعيش مع غيره وهذه الصورة توجد التواصل .

والشرط الأساسي لظهور العلاقات والاتصال هو وجود الجماعة أو المجموعة .

(1) قرآن كريم، سورة الحجرات، الآية 13 .

(2) قرآن كريم، سورة الروم، الآية 22 .

وهناك نوعان من الاتصال : شخصي، وجماعي وقد وجد منذ وجود الإنسان وهو يحتاج إليهما معا.

ويمكن تحديد بأكثر دقة الأبعاد الاجتماعية للاتصال كما يلي:

أ- إعداد الإنسان نفسه للحياة بمختلف تطوراتها، ذلك أنه يعيش في عصر طوفان المعلومات.

وبقدر امتلاك الإنسان وتحكمه في مهارات الاتصال، يكون تأثيره وإقناعه أكبر.

ب- إتقان مهارات الاتصال الأربع (الاستماع، القراءة، الكتابة، الحديث) تؤدي إلى التأثير الفاعل.

ج- تقتضي سنة الحياة، وتحولات المجتمع في مختلف المجالات تطوير أدوات الاتصال البشري بما يخدم المنافع الإنسانية العامة (استمرار المجتمع).

د- مجازاة تكنولوجيات الاتصال وأساليبها الحديثة نوع من الدفاع عن النفس، وعن الكيان، وعن الحياة.

هـ- إتقان الاتصال أصبح ضرورة لكل المتخصصين في كل مجالات الحياة:

- الكتاب - الدبلوماسيون - المدرسون - علماء الكيمياء - علماء الورشات -
المكلفون بالعلاقات العامة في المؤسسات - خبراء الدعاية والاشهار - خبراء
قياس الرأي العام - خبراء وسائل الاعلام - القادة في مختلف المجالات - الأدباء
- الفنانون - الأطباء - الممرضون - المحامون - السياسيون...

و- تعزز وسائل الاتصال من الاعتبار الاجتماعي.

ز- يقوي الاتصال الروابط والتوافق.

*** الأبعاد النفسية للاتصال :**

يمكن تحديدها فيما يأتي :

أ- تساهم وسائل الاتصال الجماهيري في تشكيل سلوكياتنا ومواقفنا.

ب- يعد الاتصال النشاط الرئيس للإنسان. فهو يسعى إلى بناء ذاته، وحفظ نوعه. يقول

(عبد العزيز شرف): "الإنسان يعقد صلحا مع العالم، والعالم يسعى إلى الصلح معه بطريق الاتصال"

ج- النجاح في الحياة مرهون بالتوافق والانسجام بين علاقاته الخارجية مع الآخرين، وعلاقته الداخلية مع نفسه. واتقان المهارات الاتصالية يساهم في الصحة النفسية، ذلك أن الاتصال بالجماعة يخفف التوتر، والاكتئاب، والعزلة وذلك عن طريق الحوار، الكتابة، الاستماع، الكلام...

يقول (غسان يعقوب): "الاتصال يعد وسيلة دفاع ضد القلق والشعور بالوحدة والهزيمة، وهو محك لمدى قدرة الشخص على التأثير، واختبار الذات."

* الأبعاد الحضارية للاتصال :

يمكن تحديدها فيما يأتي :

- أ- ارتباط اللغة بكل مناحي الحياة، فهي تتطور بتطورها.
- ب- ضرورة إتقان فنون الاتصال بالآخر لمسيرة المد الحضاري السريع والعولمة.
- ج- أصبح الاتصال علم اجتماعيا لا مناص من الأخذ به للسير قدما مع نواميس الحياة.
- د- أهمية العلاقات الدبلوماسية بين الدول وتوسعها تفرض إتقان اللغة وفنون التواصل والإقناع.
- هـ- بروز رجال الأعمال وما تقتضيه مهامهم من إقناع وحوار وتأثير...
- و- الشركات التجارية الكبرى تربي موظفيها وتقدم لهم دورات في فنون الاتصال.
- ز- ضعف الخريجين من مختلف التخصصات في الاتصال وخصوصا في اللغة.
- ح- اهتمام الجامعات والمعاهد ومراكز التكوين المختلفة بتدريس علوم الاتصال.
- ط- تدريس علم الاتصال مازال نظريا، ويحتاج إلى مدرسين أكفاء يحسنون تطبيقه.
- ك- ظهور علم العلاقات العامة في كل مؤسسة، واشتراط المكلف به صفات خاصة كالذكاء، وحسن الإصغاء، والقدرة على تحديد الأولويات، والقدرة على الخطابة، ومواجهة الجمهور، والنضج الفكري، وقوة الذاكرة...

ل- ظهور علم الاتصال الإداري.

م- اتصال المواطنين بالدولة مباشر أو غير مباشر، من خلال وسائل الاعلام، المجالس، الهيئات ...

وتتمثل عناصر الاتصال الستة التي نقلها (ياكسون) من الحقل الإعلامي إلى الحقل اللساني والنقدي، في: المرسل، والمتلقي، وقناة الاتصال، والرسالة، وشفرة الاتصال، والسياق. واستخلص (ياكسون) من كل هذه العناصر وتفاعلاتها أن اللغة تقوم بست وظائف بناء على الهدف من هذا الاتصال، ويهمنها منها الوظيفة التي سماها الوظيفة النزوعية والتي يكون هدفها التأثير على المتلقي⁽¹⁾.

والمقصود بالنزوع هنا هو محاولة التأثير على المخاطبين والنزوع بهم نحو سلوك معين أو اتجاه معين وهو حقيقة ما يمارسه كل ممارس للعملية الاتصالية مهما كان نوعها.

والاتصال في صورته العامة هو عملية نقل وتبادل للمعلومات والحقائق والخبرات والآراء والمفاهيم والأفكار والشعور والإحساس والاتجاهات وطرح وجهات النظر وغير ذلك بواسطة رموز من شخص إلى آخر أو شخص إلى مجموعة من الأفراد.

ولما كان غرض الاتصال الأساسي هو الاقناع والتأثير، كان لا بد من اختيار أنجع أساليب الاتصال العلمية التي تؤدي لتفعيل عناصر العملية الاتصالية الخمسة. ويمكن تحديد عناصر الاتصال حسب نموذج (هارولد لازويل) الذي يعد أقدم وأشهر نماذج الاتصال ويقوم على:

من يقول؟ وماذا يقول؟ وعن أي طريق؟ ولمن يقول؟ وما أثر ذلك؟⁽²⁾.

(1) مومن أحمد، اللسانيات النشأة والتطور، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007، ص 148.

(2) أحمد عيساوي، منهجية البحث في عملية الاتصال الدعوي، ط1، دار الكتاب الحديث، القاهرة،

2012، ص 47.

- وبناء عليه فإن العناصر المشكلة للعملية الاتصالية تتمثل فيما يلي:
- أ- من يقول؟ المصدر أو المرسل: وهو القائم على الاتصال: شخص عادي، جماعة، داعية، هيئة أو منظمة أو مؤسسة ذات منطلقات وثوابت وأهداف، وذات وسائل محددة، وذات رسائل ومضامين.
- ب- وماذا يقول؟: أي مضمون ومحتوى الخطاب الملقى على فرد أو جمهور أي الرسالة.
- ج- بأية وسيلة: ويتناول هذا الركن مختلف الوسائل الاتصالية والإعلامية القديمة والحديثة والأساليب والمنهج التي يستخدمها المتصل لنقل وتوجيه الرسائل إلى المتلقي أو المتلقين.
- د- لمن يقول؟: أي المستقبل أو المستقبلين بكل مكوناتهم وأصنافهم ومستوياتهم وأحوالهم.
- هـ- بأي تأثير؟: أي دراسة ومراقبة وإحصاء محصلة التأثيرات الدينية والتغييرات العقدية والروحية والواقعية التي يحدثها الملقى في جمهور المدعويين⁽¹⁾.

ونقصد بعوامل الفاعلية، مجموع العوامل التي تسهم في تحقيق أهداف ووظائف الخطاب بنجاعة وكفاءة وجودة، وكما خطط لها القائم بالعملية الاتصالية، إلى درجة أن يفهم المتلقي الرسالة ويستوعب مضمونها ومعناها كما قصده المرسل، وتحدث فيه التأثير المطلوب وتغير من سلوكاته واتجاهاته ومواقفه بما يتماشى مع مقاصد هذه الرسالة. وفي غياب هذه الشروط تتأثر العملية التواصلية سلباً في أي مستوى من مستوياتها.

وفي ضوء تحليل عملية التواصل يمكن الوقوف على عوامل فاعلية التواصل كالتالي:

أولاً: عوامل فاعلية المرسل

يعد القائم بالاتصال أو المرسل أهم العناصر التي يتوقف عليها نجاح الرسالة التي يحملها مضمون الرسالة الاتصالية، مهما كانت فاعلية الوسيلة وقوة تأثيرها، ذلك أن افتقاد عملية الاتصال هنا لمرسل قادر على نقل الفكرة، وعلى إحداث الأثر المطلوب،

(1) أحمد عيساوي، المرجع السابق، ص 90. (بتصرف).

فإن هذا سيقضي حتماً على كل احتمالات النجاح حتى لو كان موضوع الرسالة على درجة كبيرة من الأهمية والحيوية.

لذا يجب أن يتم اختيار القائمين على الاتصال خصوصاً الجماهيري على أسس سليمة، ولا يجب أن يتم اختيارهم إلا إذا توافرت لديهم الملكات الذهنية، والمهارات الاتصالية، والقدرات الفكرية التي تمكنهم من توجيه الجماهير، ومجد طاقاتهم، وإقناعهم. وكان (شارل براون Charles Brown) يحذر من اختيار رجل الإعلام إلا بعد اجتيازه عدة اختبارات عملية وشخصية، وبعد التأكد من صلاحيته لهذا العمل، ليترك انطباعاً طيباً عن الجهة التي يعمل فيها ويمثلها ويعكس الوجه المشرق لها حتى لا تفقد هذه الجهة سمعتها أمام الجماهير⁽¹⁾.

ويقصد بعوامل فاعلية المرسل ما يجب أن يتحراه القائم على الاتصال من ضوابط وقواعد أثناء إعداداته لرسائله وأثناء اتصاله وتواصله مع جمهوره، وما ينبغي أن يتصف ويتمتع به من قدرات واتجاهات ومهارات تجعله ناجحاً وقادراً على إقناع المستقبل والتأثير فيه واستمالته وتحقيق

الهدف من اتصاله بكفاءة عالية، ذلك أن الفاعلية في أحد جوانبها ترتبط ارتباطاً وثيقاً بماهية المرسل وطبيعة قدراته وكفاءاته ومهاراته الاتصالية والتفاعلية.

وقد أكدت العديد من الدراسات والبحوث المتخصصة وجود أربعة عوامل⁽²⁾ ينبغي مراعاتها لضمان كفاءة وفاعلية المرسل ونجاحه في عملية الاتصال وهي على النحو التالي:

* المعرفة:

فالمرسل لا تحقق له الفاعلية دون قاعدة من المعرفة الملائمة، فيكون على دراية

(1) محي الدين عبد الحليم، خطبة الجمعة والاتصال بالجماهير، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، دت، ص 65.

(2) مختار بروال، الكفاءة التواصلية في الإدارة المدرسية، رسالة ماجستير، جامعة باتنة، 2009، ص 95.

بالآراء والدراسات ونتائج البحوث، وكذلك الخبرات والتجارب العملية.

- وحتى ينجح المرسل في عملية الاتصال، فلا بد من توافر عدد من الصفات أو المتطلبات الأساسية التي تساعد في نجاح مهمته كمرسل، وتتلخص هذه الصفات فيما يلي⁽¹⁾:
- المعلومات الكافية عن موضوع الرسالة ففاقد الشيء لا يعطيه، والمرسل عليه أن يعرف ما يقوله أو يبلغه ولديه من المعلومات الكافية للحديث والمناقشة.
 - القدرة على التبليغ والتوضيح، لأن الغموض يعرقل عملية التلقي ويؤدي إلى سوء الفهم. ويندرج في ذلك امتلاك قدرة لغوية وبلاغية في السرد والمنطق المؤثر والقدرة على التأثير والإقناع.

* الخبرة والتجارب العملية:

- وهي خبرة تكتسب إما من خلال مشاهدة الآخرين ومراقبتهم أو المشاركة معهم في العلاقات والتجارب المشتركة، وكلما مر المرسل بمزيد من الخبرات تعززت فاعليته وكفايته.
- وتكتسب الخبرات من عدة عوامل منها: التدريب والقدرة على الاتصال بما تحتويه من مهارات الكلام والكتابة والتعبير، والاحترافية، والوضع الاجتماعي⁽²⁾.

* الاتجاهات:

- بمعنى اتجاهات المرسل إزاء المتلقين وإزاء عملية الاتصال ككل. وتشمل:
- اتجاهاته نحو نفسه، واتجاهه نحو الرسالة، واتجاهه نحو المتلقي.

- اتجاه المرسل نحو نفسه:

- تؤثر طبيعة ونوع الاتجاهات التي يحملها المرسل عن نفسه تأثيراً كبيراً على سير وكفاءة العملية التواصلية، حيث تبين " أن اتجاه الفرد نحو ذاته يؤثر على الطريقة التي

(1) مختار بروال، المرجع نفسه، ص 96.

(2) مختار بروال، المرجع نفسه، ص 96.

يتصل بها، فإذا كان اتجاه المصدر نحو نفسه إيجابيا، ويعتقد أنه محبوب، فقد يجعله هذا الاعتقاد ناجحا لثقلته في نفسه، في حين إذا كان اتجاه المصدر نحو نفسه سلبيا، فيحتمل أن يؤثر هذا التقييم السلبي للذات على الرسالة التي يصنعها وعلى تأثيرها⁽¹⁾.

- اتجاه المرسل نحو الرسالة:

بمعنى إيمان المرسل برسالته واقتناعه بها، فالقائم على الاتصال الذي لا يؤمن ولا يعتقد بما يبلغه اعتقادا راسخا ويتحمس له، لا يستطيع أن يؤثر بكفاءة في المتلقي.

- اتجاه المرسل نحو المتلقي:

فما يحمله القائم على الاتصال من اتجاهات وآراء نحو المتلقين لما يبلغه يؤثر على علاقاته وقدراته التواصلية معهم. إن كل وظيفة من الوظائف، أو صناعة من الصنائع تحتاج مؤهلات معينة في العامل الذي سيقوم بها، قد تكون هذه المؤهلات موجودة في هذا العامل بطبيعتها، وقد يكون بعضها موجودا، والبعض الآخر غير موجود. والواجب يقتضي استكمال المؤهلات الناقصة عنده واللازمة لوظيفته أو لصنعتة عن طريق الإعداد والتدريب والتوجيه.

المهم أن تحدد المؤهلات اللازمة للعمل حتى يختار على أساسها العامل المناسب، فيوضع في المكان المناسب لكي يقوم بالعمل خير قيام، فتتحقق الثمرة المرجوة من العمل ككل.

ولنا فيما حكاه القرآن الكريم عن طلب نبي الله يوسف -عليه السلام- أن يقوم بتدبير الشؤون الاقتصادية لأهل مصر -بعد إكرام الملك له- لأنه يحمل المؤهلات اللازمة لهذا

(1) مختار بروال، الكفاءة التواصلية في الإدارة المدرسية، مرجع سابق، نقلا عن عاطف عدلي العبد،

الاتصال والرأي العام، ص 97.

العمل - الأمانة والعلم - القدوة والمثل في ذلك. قال تعالى: ﴿قَالَ أَجْعَلْنِي عَلَى خَزَائِنِ الْأَرْضِ إِنِّي حَفِيظٌ عَلَيْهَا﴾⁽¹⁾.

يقول الإمام (الزمخشري) - رحمه الله -: "وصف نفسه (ﷺ) بالأمانة والكفاية اللتين هما طلب الملوك من يولونه. وإنما قال ذلك ليتوصل إلى إمضاء حكم الله - تعالى -، وإقامة الحق، وبسط العدل والتمكين مما لأجله تبعث الأنبياء إلى العباد، ولعلمه أن أحدا غيره لا يقوم مقامه في ذلك. فطلب التولية ابتغاء وجه الله لا حب الملك والدنيا"⁽²⁾.

وهكذا لكل عمل متطلباته ومؤهلاته التي يجب أن تتوفر في العامل الذي سيقوم به. ويبين الإمام (ابن قيم) رحمه الله - وهو يشعرنا بقيمة المسؤولية الملقاة على الدعاة (وهم من الممارسين للعملية التواصلية)، وعظم الأمانة التي يحملونها قائلاً: "إذا كان منصب التوقيع عن الملوك بالمحل الذي لا ينكر فضله، ولا يجهل قدره، هو من أعلى المراتب السنيات. فكيف بمنصب التوقيع عن رب الأرض والسماوات؟".

حقيق بمن أقيم في هذا المنصب أن يعد له عدته، وأن يتأهب له أهبتة، وأن يعلم قدر المقام الذي أقيم فيه، ولا يكون في صدره حرج من قول الحق، والصدع به فإن الله ناصر وهادي"⁽³⁾.

فإذا كان عمل الدعاة بهذه الأهمية العظيمة، فلا يجوز بحال أن يتصدى له أي واحد من الناس دون أن تتوفر فيه صفات معينة تؤهله لهذا العمل الجسيم. ولا يجوز للقائمين على شؤون المساجد أن يختاروا للدعوة من لا يملك مؤهلاتها، ولا حسن تأديتها على وجهها الأكمل، وإلا كانوا خائنين للأمانة.

(1) قرآن كريم، سورة يوسف، الآية 55.

(2) الزمخشري، الكشاف، ج2، دار الفكر، بيروت، د.ت، ص 328.

(3) ابن قيم الجوزية، إعلام الموقعين، ج1، دار الجيل، بيروت، د.ت، ص 10-10.

عن ابن عباس -رضي الله عنهما- قال: قال رسول الله (ﷺ) "من استعمل رجلا من عصابة، وفيهم من هو أَرْضَىٰ لله منه فقد خان الله وخان رسوله والمؤمنين"⁽¹⁾

لذا ينبغي ضبط هذه المؤهلات والصفات حتى تكون ميزانا ينتقى على أساسها المكلفون بالاتصال، وهؤلاء بدورهم عليهم أن يطلعوا على هذه الصفات ويلتزموا بها.

ولكثرة هذه المؤهلات يمكن وضعها وتصنيفها على الشكل التالي:

- مؤهلات قلبية.
- مؤهلات خلقية.
- مؤهلات جسمية.
- مؤهلات عقلية.
- مؤهلات اجتماعية.

1- المؤهلات القلبية:

وهي صفات تتعلق بالقلب، ويكون هو محلا لها، ومنه يشع نورها في حركات الجسم وسكناته، فعلى الرغم من انطواء القلب عليها، إلا أن وجودها الحقيقي ينبعث من سلوك المرسل وتصرفاته. وهذا هو فيصل التفرقة بين وجودها وعدمه. وإلا فكل إنسان يدعي أن قلبه ملئ بالصلاح والتقوى، وعامر بالإيمان واليقين.

يقول النبي (ﷺ): «ألا إن في الجسد مضغة إذا صلحت صلح سائر الجسد، وإذا فسدت فسد سائر الجسد ألا وهي القلب»⁽²⁾.

فصلاح القلب -كما يفهم من الحديث- يبدو أثره على بقية الجوارح والأعضاء، وفساده كذلك. فما لم يكن سلوك المرسل متوافقا مع آثار هذه الصفات في الحياة، فإننا

(1) أخرجه الحاكم في المستدرک، ج4، دار الكتاب العربي، بيروت، د.ت، ص 92.

(2) محمد بن اسماعيل البخاري، صحيح البخاري، ط1، ج1، دار ابن كثير، دمشق، 2002، ص19.

نستطيع القول إنه عار من المؤهلات القلبية اللازمة لنجاح العملية التواصلية، وعليه أن يبدأ في محاولة تحصيلها واكتسابها من جديد.

وهذه المؤهلات تجتمع في خمس صفات رئيسة، ألا وهي:

أ) الصلة بالله:

إذا كان الواجب على كل مؤمن أن يتصل بالله خالقه ومولاه، وأن يتعرف عليه في كل لحظة وحين. فإن الواجب على المرسل المسلم ألا يتصل بأحد غير الله مثلاً يتصل بالله سبحانه، فتكون معرفته به أشد من أي معرفة، ويكون شعوره به أعمق من أي شعور، ويكون ارتباطه به أوثق من أي ارتباط. ويرجع السبب في ذلك إلى أمرين:

- إن المرسل المسلم يهدف إلى تعريف الناس بربههم، وتوثيق علاقتهم به، فكيف يأتي له ذلك إذا كان جاهلاً بالله وهي الصلة به. إن فاقده الشيء لا يعطيه.

- إن عبء الرسالة ثقيل تعجز قدرة المتصل عن تحمله بمفرده. بل ويضيق جهده فيها ما لم يصحبه توفيق الله وعونه⁽¹⁾، وقد جمع الله هذين السببين في قوله تعالى: على لسان نبيه شعيب -عليه السلام-: ﴿إِنْ أُرِيدُ إِلَّا الْإِصْلَاحَ مَا اسْتَطَعْتُ وَمَا تَوْفِيقِي إِلَّا بِاللَّهِ عَلَيْهِ تَوَكَّلْتُ وَإِلَيْهِ أُنِيبُ﴾⁽²⁾.

فعلى المتصل المسلم أن يستحضر دوماً الشعور بأن الله تعالى هو الذي يوفقه إلى كل خير، وأن ما يؤتاه من فضل ونجاح وتأثير على المتلقين هو من فضله -عز وجل-.

وهذه الصلة الوثيقة بين المرسل وربه ليست شعوراً سلبياً، ولا إحساساً داخلياً ينبعث في نفسه وكفى. إنما هي روح تنفث الحياة في طبيعته، ونور يسري في كتابه فيشع

(1) محمد رمضان أبو بكر محمود، دراسة ميدانية لواقع الدعوة والدعاة في مصر، أطروحة دكتوراه، جامعة الأزهر، 1999، ص 266، نقلاً عن طلعت عفيفي، أخلاق الدعاة إلى الله بين النظرية والتطبيق.

(2) قرآن كريم، سورة هود، الآية 88.

على الناس من حوله، فيصبح لهم في الأرض كالشمس والقمر في السماء يهديهم إلى طريق الله أثناء الليل وأطراف النهار.

وتتجلى هذه الصلة الوثيقة بين المتصل وربّه في أمرين: مسارعته في تنفيذ ما أمره وابتعاده عن ما نهاه الله عنه. أو كما قال أحد الصالحين " أن يراه حيث أمره، وأن يفترقه حيث نهاه" وكما قال أحد الشعراء:

عزمت على ألا أحسن بخاطر *** على القلب إلا كنت أنت المقدما
وَألا تراني عندما قد نهيتني *** بأنك في قلبي كبيرا معظماً⁽¹⁾

ب) الإيمان بالله وبدعوته:

أي صاحب الدعوة ومشروعها، والإيمان برسوله (ﷺ) أنه قد أداها وبلغها على وجهها الأكمل، وأن الله قد أتم به النعمة، وأكمل به الدين، وأنه خاتم الأنبياء والمرسلين. والإيمان بالدعوة نفسها أنها المنهج الذي ارتضاه الله - عز وجل - لعباده وفيه صلاح أمرهم في الدنيا والآخرة.

وينبغي أن يكون نصيب المتصل المسلم من الإيمان قويا وعظيما، فيجب أن يتيقن أن الإسلام الذي هداه الله إليه وأمره بالدعوة إليه خالص، لأنه هدى الله، وما عداه باطل وضلال قطعا. قال تعالى: ﴿قُلْ إِنْ كُنْتُمْ تُحِبُّونَ اللَّهَ فَاتَّبِعُوا أَمْرَهُ وَطَعَلْتُمْ بِرَحْمَةِ اللَّهِ فَاعْبُدُوهُ إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْهَادِيَ لَكُمْ﴾⁽²⁾.

إن هذا الإيمان العميق بأحقية الإسلام يجب أن تصبح عند المتصل المسلم كالبديهية، لا تقبل أي جدال، أو شك، أو إعادة نظر عنده⁽³⁾. وهذا ما كان عليه النبي

(1) محمد رمضان أبو بكر محمود، دراسة ميدانية لواقع الدعوة والدعاة في مصر، أطروحة دكتوراه، جامعة الأزهر، 1999، ص 267 نقلا عن طلعت عفيفي، أخلاق الدعاة إلى الله بين النظرية والتطبيق.

(2) قرآن كريم، سورة البقرة، الآية 120.

(3) محمد رمضان أبو بكر محمود، دراسة ميدانية لواقع الدعوة والدعاة في مصر، أطروحة دكتوراه، جامعة الأزهر، 1999، ص 267 نقلا عن عبد الكريم زيدان، أصول الدعوة.

(صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ)، قال تعالى: ﴿قُلْ إِنِّي عَلَىٰ بَيِّنَةٍ مِّن رَّبِّي وَكَذَّبْتُم بِهِ مَا عِندِي مَا تَسْتَعْجِلُونَ بِهِ إِنَّ الْحُكْمَ إِلَّا لِلَّهِ يُقْضَىٰ الْحَقُّ وَهُوَ خَيْرُ الْفَصْلِينَ﴾ (1).

يحدثنا الأستاذ (أبو الحسن الندوي) عن هذا الإيمان وأثره في نفوس الصحابة -رضوان الله عليهم- فيقول: "انقلبت نفسياتهم بهذا الإيمان الواسع العميق الواضح انقلاباً عجيباً فإذا آمن أحدهم بالله، وشهد أن لا إله إلا الله انقلبت حياته ظهراً لبطن، تغلغل الإيمان في أحشائه، وتسرب إلى عروقه ومشاعره، وجرى منه مجرى الروح والدم، واقتلع جراثيم الجاهلية وجذورها، وغمر العقل والقلب بفيضانه، وجعل منه رجلاً غير الرجل، وظهرت منه من روائع الإيمان واليقين والصبر والشجاعة، ومن خوارق الأفعال والأخلاق ما حير العقل والفلسفة وتاريخ الأخلاق، ولا يزال موضع حيرة ودهشة منه إلى الأبد، وعجز العلم عن تعليله بشيء غير الإيمان الكامل العميق" (2).

هكذا كان الإيمان في نفوس صحابة النبي (صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ) جذوة متقدة في قلب كل واحد منهم، لا تتركه بهذا حتى يرى الناس. وقد دخلوا في دين الله أفواجا. وهكذا فليكن الإيمان في قلب المتصل المسلم.

سئل الحسن البصري -رحمه الله- ما بالنا نعظ الناس فنبيكهم، وأنت تعظهم فتبكي. فقال: "ليست النأمة كالشكل" (3).

إن على القائم بالاتصال -مهما كان شكله- أن يقوي إيمانه، ويرسخ اقتناعه بها ويدرك عظمتها وأبعادها، وأن يتحمس لها إلى حد بعيد، ولا يلتفت إلى العراقيل

(1) قرآن كريم، سورة الأنعام، الآية 57.

(2) أبو الحسن الندوي، ماذا خسر العالم باحطاط المسلمين، ط10، دار القلم، الكويت، 1977، ص 101.

(3) محمد رمضان أبو بكر محمود، دراسة ميدانية لواقع الدعوة والدعاة في مصر، أطروحة دكتوراه، جامعة الأزهر، 1999، مرجع سابق ص 269.

والمشبطات والمزججات التي قد تأتيه من هنا أو هناك.

ج) الإخلاص والمراقبة:

من الأمور الهامة التي يجب على كل مسلم أن يطوي قلبه عليها الإخلاص لله - عز وجل - ومراقبته في السر والعلن. إذ الإخلاص شرط في قبول العمل.

قال تعالى: ﴿فَمَنْ كَانَ يَرْجُوا لِقَاءَ رَبِّهِ فَلْيَعْمَلْ عَمَلًا صَالِحًا وَلَا يُشْرِكْ بِعِبَادَةِ رَبِّهِ أَحَدًا﴾⁽¹⁾.

فما لم يكن العمل خالصا لوجه الله تعالى فإنه يرد على صاحبه.

يقول الله - عز وجل - في الحديث القدسي: «أنا أغنى الشركاء عن الشرك، من عمل عملاً أشرك فيه مع غيري تركته وشركه»⁽²⁾.

والإخلاص يحمي صاحبه من الوقوع في حبائل الشيطان.

قال تعالى: ﴿قَالَ فِعْزَكَ لَأَغْوِيَنَّهُمْ أَجْمَعِينَ﴾⁽⁸²⁾ إِلَّا عِبَادَكَ مِنْهُمْ الْمُخْلِصِينَ⁽⁸³⁾ ﴿٨٣﴾⁽³⁾.

وفضلا عن هذا وذلك فالإخلاص يزيد في إحسان المحسن يوم القيامة، ويمنحه من الدرجات والحسنات ما لغيره. وفي نفس الوقت فقد يهبط العمل ويمحو منه الثواب. بل ويصبح مجلبة لسخط الله - عز وجل - وعذابه.

إذا كانت هذه هي أهمية الإخلاص بالنسبة للمسلم العادي. فبالأولى والأخرى ازدياد أهميته. وشدة التأكيد عليه، والحث على تحصيله بالنسبة للممارسين للعملية الاتصالية.

(1) القرآن الكريم، سورة الكهف، الآية 110.

(2) مسلم بن حجاج، صحيح مسلم، ط1، ج4، دار طيبة، الرياض، 2006، ص2289.

(3) قرآن كريم، سورة ص، الآيتان 82-83.

والمتمصل قدوة لغيره عاميا أم متعلما، وعليه أم يبتعد عن الرياء والتباهي حتى لا يحبط نتائج عمله.

وقال عليه الصلاة والسلام في حديثه: «من طلب العلم ليأري به السفهاء، أو ليباهي به العلماء، أو ليصرف به وجوه الناس إليه فهو في نار جهنم»⁽¹⁾.

وعلاوة الإخلاص الانفعال بالرسالة، والتحمس لها، وبذل أقصى الجهد في تبليغها. ذلك لأن من أخلص لشيء أعطاه كل ما يملك.

إن العمل الخالص الطيب -ولا يقبل الله إلا طيبا- هو الذي يقوم به صاحبه بدوافع اليقين المحض، وابتغاء وجه الله، دون اكتراث برضى أو سخط، ودون تحر لإجابة رغبة، أو كبح رغبة أخرى⁽²⁾.

إن المتمصل في أمس الحاجة للصفاء والنقاء في منطلقاته ومساره حتى يؤتي أكله بإذن ربه. وعلى القائمين على الاتصال أن يراجعوا نياتهم في كل آن، لأن مواجهة الجمهور قد تغير منها، فيصابون بأمراض القلب كالغرور، والعجب، والتكبر.

د) اليقين والتوكل:

إذا كان الإخلاص هو الباعث الأساسي في القيام بالاتصال، فإن اليقين في الله والتوكل عليه هو لازم الإخلاص. فعلى القائم على الاتصال معرفة أن الأمور كلها بيد الله يصرفها كيف يشاء، ولو شاء -عز وجل- لهدى الناس جميعا، ولذا فما على القائم بالاتصال إلا البلاغ، وليترك الأمر بعد ذلك لله وثوقا في قضائه، ورضا بحكمه وعدله.

(1) عبد الله بن عبد الرحمن الدارمي، المسند الجامع، ط1، ج1، دار البشائر الإسلامية، بيروت، 2013، ص104.

(2) محمد الغزالي، مع الله، ط1، نهضة مصر، د.ت، ص183.

قال عز وجل مخاطبا نبيه (ﷺ): ﴿وَلَوْ شَاءَ رَبُّكَ لَأَمَنَّ مِنَ فِي الْأَرْضِ كُلَّهُمْ جَمِيعًا أَفَأَنْتَ تُكْرِهُ النَّاسَ حَتَّى يَكُونُوا مُؤْمِنِينَ﴾⁽¹⁾.

والمتصل يوقن بأن الباطل زهوق، وأن دولته ساعة، ودولة الحق إلى قيام الساعة، ومن ثم فهو لا يدخر وسعا في استغلال كل الطاقات والإمكانات لنصرة رسالته، ولا يترك اليأس يتسلل إلى قلبه إن لم ير النتائج، بل يوقن أن الثمرة آتية لا محال في الوقت والمكان الذي يريده الله تعالى، الذي يريده هو.

يقول الأستاذ (سيد قطب) -رحمه الله- في شأن من يمارسون الإصلاح وهم يقومون بالتواصل مع غيرهم "إنهم أجراء عند الله، أينما وحيثما وكيفما أرادهم أن يعملوا عملوا، وقبضوا الأجر المعلوم، وليس لهم ولا عليهم أن تتجه الدعوة إلى أي مصير، فذلك شأن صاحب الأمر لا شأن الأجير"⁽²⁾.

إذا استقر ذلك في نفوسهم وفي قلوبهم ذلك، فإنه - ولا شك - لن ييأسوا، ولن تفتر همتهم. بل سيضاعفون من جهودهم وجهادهم بتحقيق غايتهم.

وفي السنة روى البخاري بسنده عن خباب بن الارت -رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ- قال: «شكونا إلى رسول الله (ﷺ) وهو متوسد بردة له في ظل الكعبة فقلنا: ألا تستنصر لنا؟ ألا تدعوا لنا؟ فقال قد كان من قبلكم يؤخذ الرجل فيحفر له في الأرض، فيجعل فيها، فيجاء بالمنشار فيوضع على رأسه فيجعل نصفين، ويمشط بأمشاط الحديد ما دون لحمه وعظمه فما يصدده ذلك عن دينه. والله ليتمن الله هذا الأمر حتى يسير الراكب من صنعاء إلى حضرموت لا يخاف إلا الله والذئب على غنمه ولكنكم تستعجلون»⁽³⁾.

(1) قرآن كريم، سورة يونس، الآية 99.

(2) سيد قطب، معالم في الطريق، ط9، دار الشروق، مصر، 1982، ص197.

(3) محمد بن إسماعيل البخاري، مرجع سابق، ص200.

ومن هذا المنطلق، فإنه لا يليق بالمتصل أن يئأس من الإصلاح، وعليه أن يكرر النصيحة المرة بعد المرة فإن القلوب القاسية بتكرير النصيحة والتذكير بالعواقب تلين بعد صلابتها بإذن الله.

(هـ) محاسبة النفس:

الممارس للاتصال ألزم من غيره بنقد ذاته، ومحاسبة نفسه، وسؤالها عن كل ما عملته، وما تعلمه، وما سوف تقدم على عمله. إذ هو مكلف بإصلاح النفوس، وتزكية القلوب، وتطهير الأرواح، فأنى له ذلك ما لم يصلح نفسه هو أولاً فيحفظ قلبه، ويصون جوارحه عن الأكدار والمعاصي.

إن هذه الصفة من أوكد الصفات لمن يتعرض لمن يتواصل مع الناس، لأنهم يضعونه تحت المجهر فيحاسبونه على كل شاردة وواردة، فإذا حاسب نفسه هو أولاً بأول حفظ كرامته ومكانته عند الناس، وسلم من عذاب الله يوم القيامة.

ورحم الله أمير المؤمنين عمر بن الخطاب -رضي الله عنه- حين قال: "حاسبوا أنفسكم قبل أن تحاسبوا، وتزينوا للعرض الأكبر، وإنما يخف الحساب يوم القيامة على من حاسب نفسه في الدنيا"⁽¹⁾.

والمراد بمحاسبة النفس تحسسها، وعلاج ما يكون بها من علل. تلك العلل التي تشيع بين من لم يرزق العصمة، والتي يستحيل أن تخلو منها النفوس يوماً. فإن المرء يولد وفيه من الطباع ما يستدعي دوام اليقظة، وطول المعالجة، ثم تعرض له في حياته عادات شتى، الرديء فيها أكثر من الطيب، ثم إن له من رعيته من يسأل أمام الله عنه، ومن يتأسى الناس بسيرته فيهم، فكيف يغفل عن واجباته في هذه الأنحاء كلها. إن سهره على خاصة نفسه أمر لا محيص عنه كي تثمر رسالته، وتحمد طريقته. فإذا أراد فطام العامة

(1) محمد بن عيسى الترمذي، سنن الترمذي، مرجع سابق، ص 638.

عن رذيلة البخل -مثلا- عاجل أولا شخ نفسه وتعرف إلى المراتب التي تدرج فيها،
والوسائل التي اصطحبها وهو يستأصل من نفسه هذه الطبيعة أو بتعبير أدق وهو
يكفف شرها ويتوقى ضيقها. حتى إذا عرف -عن خبرة خاصة- ما الذي صنع بنفسه؟
فإنه سوف يعرف -بصدق وقوة- ما يقول للناس، وسوف يصل بكلماته - والحالة هذه -
إلى صميم نفوسهم⁽¹⁾.

إن هذه المؤهلات القلبية، وهذه الصفات العظيمة لازمة لكل قائم بالاتصال،
وهي المنطلق لأعماله والمحرك لها، ولا يجوز التهاون فيها مهما كان الحال. والتفريط فيها بأي
شكل من الأشكال يبعد الرسالة الاتصالية عن تحقيق مقاصدها ولو كان القائم على
درجة عليا من التجربة والعلم.

2- المؤهلات العقلية:

وهي المؤهلات التي تتعلق بعقل المتصل وذكائه، ومدى استيعابه للمادة العلمية
التي يعرضها على المتصل بهم.

وهذه المؤهلات تتعلق بالمؤهلات القلبية السابقة علاقة السبب بالمسبب، وعلاقة
الأساس بالبناء، فالصلة بالله، والإخلاص له، واليقين فيه، ومراقبته مع إصلاح النفس
ومحاسبته، أسس وأسباب لتحصيل العلم، وتقوية الفهم والذكاء، والمساعدة على كثرة
الاطلاع، وشدة التأثير في المدعوين. مبين هذا في قوله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن تَتَّقُوا
اللَّهَ يَجْعَلْ لَكُمْ فُرْقَانًا وَيُكَفِّرْ عَنْكُمْ سَيِّئَاتِكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ وَاللَّهُ ذُو الْفَضْلِ الْعَظِيمِ﴾⁽²⁾.

ويقول (الإمام ابن كثير): "قال محمد بن إسحاق "فرقانا" أي فصلا بين الحق
والباطل، وهذا التفسير أعم مما تقدم، وهو يستلزم ذلك كله. فإن من اتقى الله بفعل

(1) محمد الغزالي، مرجع سابق، ص 171.

(2) قرآن كريم، سورة الأنفال، الآية 29.

وأوامره، وترك زواجه وفقاً لمعرفة الحق من الباطل، فكان ذلك سبب نصرته ونجاته ومخرجه من أمور الدنيا، وسعاده يوم القيامة⁽¹⁾.

وتندرج هذه المؤهلات العقلية التي يجب أن تتوفر في المتصل تحت صفات أربع ألا وهي:

أ) الذكاء والفهم:

• الذكاء هو القدرة على التجريد والتحليل والتركيب، وهو الحكم والتمييز والاختيار، وهو القدرة على الابتكار، أي مواجهة المواقف الجديدة بنجاح، أو حل المشكلات الجديدة بابتكار الوسائل الملائمة لها. والذكاء أنواع:

أ- الذكاء النظري: وهو القدرة على معالجة المعاني والرموز.

ب- الذكاء العملي: وهو القدرة على معالجة الأشياء.

ج- الذكاء الاجتماعي: وهو القدرة على معالجة الأشخاص في المواقف الاجتماعية المختلفة⁽²⁾

والذكاء يؤثر فيه عاملان: عامل الفطرة وهو ما يكون منحة من الله - تعالى - وعامل البيئة: وهو ما يعين على نمو هذه الموهبة الفطرية، وتوفير الإمكانات اللازمة لظهورها وتألقها.

وكل أنواع الذكاء السابقة لازمة للقائم على الاتصال، لأن مهمته تشخيص العلة التي أمامه، وتهيئة الدواء لها من كتاب الله - تعالى - وسنة رسوله (ﷺ)، وتقديم هذا الدواء للمريض في صورة محبة للنفس، محققة للمقصود من أقرب طريق.

وهو محتاج مع هذا الذكاء إلى دقة فهم لأمر كثيرة بالنسبة لرسالته ومخالطته لملتقين بمختلف أشكالهم.

(1) ابن كثير، تفسير القرآن العظيم، ج2، ص 301.

(2) علي عبد الحليم محمود، فقه الدعوة إلى الله، ط1، دار الوفاء، د.ت، ص 836.

وهو محتاج إلى فهم دقيق للرسالة نفسها، وطبيعتها، وأنها جاءت لإصلاح الدنيا، وجعلها مزرعة للأخرة بحيث لا تطغى واحدة منها على الأخرى...

وهو محتاج إلى فهم دقيق لدوره في الحياة، والتكاليف الملقاة على عاتقه نحو المنزلة التي بوأه الله إياها.

والمتصل -كذلك- محتاج إلى فهم المتصل بهم، وطبيعتهم من حيث البيئة والثقافة والوضع الاجتماعي. ولكي ندرك أهمية الفهم بالنسبة لطرفي الاتصال علينا أن نتدبر قوله - تعالى -: ﴿فَلَوْلَا نَفَرَ مِن كُلِّ فِرْقَةٍ مِّنْهُمْ طَائِفَةٌ لِّيَتَفَقَّهُوا فِي الدِّينِ وَلِيُنذِرُوا قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ﴾⁽¹⁾.

فالله - عز وجل - دعا الطائفة التي ستنفر لطلب العلم أن تتفقه في أمور دينها لكي ترجع فتنذر قومها وتعلمهم، ولم يدع الله - سبحانه وتعالى - هذه الطائفة أن تتعلم أو تعرف أو تحفظ. إنما دعاهم أن يتفقهوا، والفقهاء أعلى مرتبة من الفهم. إذ الفهم وقوف عند المعاني والدلالات، والفقهاء مجاوزتها إلى المرامي والغايات.

والنبي (ﷺ) هو القائل «من يرد الله به خيرا يفقهه في الدين»⁽²⁾.

فإذا لم يكن المتصل المؤمن من هؤلاء الذين أراد الله بهم الخير فمن يكون؟

وخلاصة القول: إن القائمين على الاتصال يجب أن تتوافر فيهم القدرات العقلية من حيث الذكاء وسرعة البديهة، وحسن التلخيص ودقة الفهم...

(1) قرآن كريم، سورة التوبة، الآية 122.

(2) محمد بن اسماعيل البخاري، مرجع سابق، ص 24.

يقول الشيخ (محمد الغزالي) -رحمه الله- وهو يتحدث عن الدعوة الإسلامية -وهي نشاط اتصالي بامتياز-: "إن الدعوة الإسلامية تحصد الشوك لأناس قليلي الفقه كثيري النشاط ينطلقون بعقولهم الكليية يسيئون ولا يحسنون"⁽¹⁾.

إننا في عصر لا يقبل بضعاف التفكير، وقليلي الحيلة، وعديمي الحجة. إن الذكاء يوفر على صاحبه جهودا وأوقاتا وطاقات كانت قد تضيع سدى بالغفلة وسوء التدبير والغباء.

ب) الحرص على طلب العلم:

ما يؤكد عليه القرآن الكريم أن كل عمل لا بد أن يسبقه علم. قال تعالى: ﴿فَاعْلَمْ أَنَّهُ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَاسْتَغْفِرْ لِذَنبِكَ وَلِلْمُؤْمِنِينَ وَالْمُؤْمِنَاتِ وَاللَّهُ يَعْلَمُ مُتَقَلَّبَكُمْ وَمَثْوَاكُمْ﴾⁽²⁾.

قال (سفيان بن عيينة) حين سئل عن فضل العلم "ألم تسمع إلى قوله حين بدأ به قال "فاعلم أنه لا إله إلا الله واستغفر لذنبك" فأمر بالعمل بعد العلم"⁽³⁾.

ولذا ترجم الإمام البخاري - رحمه الله- في كتاب العلم، باب العلم قبل العمل.

وبالنسبة للقائمين على الاتصال، فإن العلم مسألة حياة أو موت، وهو الفيصل في الظاهر بين الأصفياء والأدعياء. وإذا كانت بضاعة القائم على الاتصال التي يعرضها على الناس هي العلم، فإذا فقدتها فماذا يعرض وماذا عساه أن يعطي الناس؟! وكيف سيحتهم على طلب العلم وهو جاهل؟.

(1) محمد الغزالي، مشكلات في طريق الحياة الإسلامية، دار البشير، القاهرة، 1989، ص 138.

(2) قرآن كريم، سورة محمد، الآية 19.

(3) الزمخشري، الكشاف، ط 3، ج 3، دار المعرفة بيروت، 2009، ص 535.

قال الإمام الحسن البصري -رحمه الله-: "العامل على غير علم كالسائر على غير طريق، والعامل على غير علم يفسد أكثر ما يصلح"⁽¹⁾.

وأول علم يجب على القائم على الاتصال المسلم أن يتعلمه: العلم بكتاب الله، في حفظه، وحسن تلاوته، وتدبر معانيه ومرامييه، ومعرفة العلوم المتعلقة به، وكيفية الاستشهاد بآياته، والأحكام الواردة فيه وغير ذلك. ثم يأتي بعد ذلك العلم بسنة النبي (ﷺ) واختلاف درجاتها بين الصحة والحسن والضعف، وما يستشهد به وما لا يستشهد وكيفية الاستشهاد، وفقه الحديث، ومعرفة الوقائع والملابسات التي كانت سبب ورودها لكي يوضع في محله... إلخ.

ثم يلي الكتاب والسنة ما يلزمه من العلوم الشرعية كعلم الفقه وأصوله، والتوحيد، والسيرة وما يلزمه كذلك من العلوم الإنسانية كعلم النفس، والاجتماع، والتاريخ وغيرها، وأيضا ما يلزمه من الدراسات اللغوية والأدبية كالنحو والصرف، والأدب تاريخه وأنواعه وغير ذلك...

وبناء على ذلك ينبغي أن ينتبه إلى ما يلي:

- التفرغ التام وقطع الشواغل في طلب العلم، ولذلك كان عمر بن الخطاب -رضي الله عنه- يقول: "تفقهوا قبل أن تسودوا"⁽²⁾.
- أن يبذل ما في وسعه مع طول النفس في طلب العلم.
- أن يكثر من الحفظ ولا يعتمد كلياً على الكتابة، أن ينقل ما يحفظه للناس ويدرسه لهم.

(1) محمد رمضان أبوبكر محمود، دراسة ميدانية لواقع الدعوة والدعاة في مصر، نقلا عن علي محفوظ، هداية المرشدين، ص 278.

(2) إسماعيل بن محمد العجلوني، كشف الخفا ومزيل الإلباس عما اشتهر من الأحاديث على ألسنة الناس، ط 3، ج 1، مؤسسة الرسالة، 1983، ص 370.

- لا يستحي أن يتعلم ممن دونه في نسب أو سن أو شهرة أو دين أو علم آخر.
- إذا سئل عن شيء لا يعرفه فليقل لا أعرفه أو الله أعلم. قال عبد الله بن مسعود -رضي الله عنه- «يا أيها الناس من علم شيئاً فليقل به ومن لم يعلم فليقل الله أعلم، فإن من العلم أن يقول لما لا يعلم: الله أعلم»⁽¹⁾.

إن على القائم على الاتصال أن يدرك أننا في عصر يمتاز، بكثرة مصادر المعلومات ومدعيها، ولا بد من المتابعة والإدراك لما هو كائن، والإحاطة بما يجري، والتسلح بالأدلة لحسن الإقناع والمواجهة.

(ج) سعة الاطلاع:

ينبغي للقائم على الاتصال أن يكون غزير المعرفة، واسع الثقافة لأنه مدمن للقراءة، وصديق للكتابة، يأنس للإطلاع، ويبحث دائماً عن كل جديد. وخاصة في هذا العصر الذي يوصف بأنه عصر المعلوماتية وطوفان المعلومات، بمعنى أن كثرة المعلومات أو قلتها هي التي تحدد قيمة الإنسان.

إن القائم على الاتصال يجب أن لا يقف باطلاعه عند حدود علم بعينه، أو علوم معينة، بل لا بد أن يكون كالنحلة، تقف على كل زهرة لتستخلص منها العبير والعطور ثم تحيله عسلاً مصفى فيه شفاء للناس.

(د) المرونة مع القدرة على التأثير:

ويقصد بالمرونة قدرة الملقى على الذهاب إلى المتلقي من حيث ينجح في التعامل معه، ويصل إلى أهدافه من أقصر طريق وبأقل قدر من التضحيات.

(1) محمد بن إسماعيل البخاري، صحيح البخاري، كتاب تفسير القرآن، ط1، دار ابن كثير، دمشق، 2002،

ص106، رح 4531.(1)

كما أن عليه أن يمتلك مواهب وأساليب إقناعية بحيث يستطيع أن يفهم مستمعيه ما يقول، ويجعلهم مقتنعين به، ويسارعون إلى تطبيقه في واقع حياتهم. ويشترط في ذلك أن يتعرف على الأفكار والاتجاهات السائدة بين الجماهير التي يتوجه إليها برسالته، لكي يبني عليها دعوته.

3- المؤهلات الاجتماعية:

وهي الصفات التي تتعلق بأعمال القائم على الاتصال وسلوكه الظاهر في المجتمع، بحيث تكون تحت مرأى ومسمع من الناس يعاملهم بها، ويتعاملون معه من خلالها، وإذا التزم بها وفق إلى حسن الاستجابة من الناس.

وأهم هذه المؤهلات:

أ) العمل بالعلم:

ينظر الناس إلى القائم على الاتصال على أنه قيم ومبادئ ومثل تتحرك أمامهم، يراقبونه في كل شيء. لذا عليه الحرص على أن يكون قدوة صالحة أمام الناس يرون سلوكه مطابقاً لدعوته. قال -عز وجل-: ﴿وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنِّي مِنَ الْمُسْلِمِينَ﴾⁽¹⁾.

ويحذر من سوء مصير من لا يعمل بعلمه: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لِمَ تَقُولُونَ مَا لَا

تَفْعَلُونَ ﴿٢﴾ كَبُرَ مَقْتًا عِنْدَ اللَّهِ أَنْ تَقُولُوا مَا لَا تَفْعَلُونَ ﴿٣﴾﴾⁽²⁾.

وقد قيل: "حال رجل في ألف رجل خير من كلام ألف رجل في رجل". وقال ابن قيم -رحمه الله-: "علماء السوء جلسوا على باب الجنة يدعون إليها الناس بأقوالهم، ويدعونهم

(1) قرآن كريم، سورة فصلت، الآية 33.

(2) قرآن كريم، سورة الصف، الآيات 2-3.

إلى النار بأفعالهم، فكلمنا قالت أقوالهم للناس: هلموا، قالت أفعالهم: لا تسمعوا، فلو كان ما دعوا إليه حقاً كانوا أول المستجيبين له، فهم في الحقيقة قطاع الطرق⁽¹⁾.

إن من أسباب ضعف تأثير العملية الاتصالية في المتلقين مخالفة حال المتلقي لما يلقيه عليهم.

فما أسهل الكلام والتشدد والصياح واستعراض العضلات في البرهنة والاحتجاج، ولكن ما أصعب أن يتحول ذلك إلى واقع مجسد. وقد جبل المتلقي أن ينظر إلى حال فعل من يسمع إليه قبل مقاله.

ب) النشاط والاجتهاد:

على القائم بالاتصال أن يكون نشيطاً مجتهداً في تبليغ دعوته، حتى يوصلها بقوة إلى المتلقين، ذلك أن التحديات التي تحيط به كثيرة ومتنوعة ولا تقبل التهاون. قال -عز وجل-: ﴿إِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ﴾⁽²⁾.

قال ابن عباس-رضي الله عنهما-: "إذا فرغت من صلاتك فاجتهد في الدعاء" وعن مجاهد قال: "إذا فرغت من دنياك فانصب في صلاتك"⁽³⁾. وهكذا القائم على الاتصال، من عمل إلى آخر، ومن نشاط إلى آخر، لا يفتر ولا يتوقف، وقته مشغول بما يخدم رسالته ومحيطه.

ج) التميز والالتزام:

على القائم على الاتصال المسلم أن يشعر أنه ليس فرداً عادياً من أفراد المجتمع، بل هو مصطفى من قبل الله -عز وجل- لحمل أمانة تبليغ منهج الله للناس، كما حملها الأنبياء

(1) ابن قيم الجوزية، الفوائد، دار الكتب العلمية، بيروت، 1973، ص 85.

(2) قرآن كريم، سورة الانشراح، الآية 7.

(3) الزمخشري، الكشاف، مرجع سابق، ج 4، ص 267.

والرسل عليهم الصلاة والسلام، والدعاة والمصلحون والعلماء، في كل مكان وزمان.

قال -عز وجل-: ﴿اللَّهُ يَصْطَفِي مِنَ الْمَلَائِكَةِ رُسُلًا وَمِنَ النَّاسِ إِنَّ اللَّهَ سَكِيمٌ بَصِيرٌ﴾⁽¹⁾.

هذا الاصطفاء يضيف على شخصية المتصل في المجتمع تميزاً واضحاً وملموساً. ومصدر هذا التميز اجتهاده في العبادة، ونشاطه في الطاعة، وتمسكه بالنوافل، ومداومته على ذكر الله في سائر أوقاته، والتزامه بالقيم والفضائل التي يدعو الناس إليها سلوكاً وعملاً. وهذا التميز لا يصدر عن كبر وافتخار وتشريف، بل عن اصطفاء واجتباء وتكليف. قال (عليه السلام): «من قرأ القرآن فقد استدرج النبوة بين جنبيه غير أنه لا يوحى إليه ولا ينبغي لصاحب القرآن أن يجد مع من جد، ولا يجهل مع من جهل وفي جوفه كلام الله»⁽²⁾.

ويقول عبد الله بن مسعود -رضي الله عنه-: «ينبغي لصاحب القرآن أن يعرف بليته إذ الناس نائمون، وبنهاره إذ الناس مستيقظون، وببكائه إذ الناس يضحكون، وبصمته إذ الناس يخوضون، وبخشوعه إذ الناس يختالون، وبحزنه إذ الناس يفرحون»⁽³⁾.

إن هذا التميز يسهل على العامة التفريق بين دعاة الحق من دعاة الباطل.

إن القائم على الاتصال المسلم صاحب قدوة يتميز بسلوكه وفكره ومواقفه وحركاته وسكناته عن عامة الناس، فلا ينبغي أن يكون مثلهم، وينزل إلى سفاسفهم، وإنما يسمو بنفسه إلى المعالي، وعليه أن يتخذ شعاراً له قول الشاعر (الطغرائي) (453-515هـ):
قد رشحك لأمر لو فطنت له ***
فاربأ بنفسك أن ترعى مع الحمل

(1) قرآن كريم، سورة الحج، الآية 75.

(2) محمد بن عبد الله الحاکم، المستدرک علی الصحیحین، ط2، ج1، دار الكتب العلمية، بيروت، 2002، ص552.

(3) أبو حامد الغزالي، إحياء علوم الدين، ج1، دار الفكر، بيروت، 1995، ص249.

(د) تقدير الناس وتألفهم:

على القائم بالاتصال أن يقترب ممن يخاطبهم، ويعيش أفراحهم وأحزانهم، ويتعرف على مشكلاتهم، يكون للصغير أبا ولل كبير إبنًا، وللمساوي صديقًا وأخًا.

إن المتصل لا بد أن يلتزم بأمر ستة حتى يستطيع أن يألف المتلقين ويألفونه، وهي:

- أن يخاطبهم على قدر عقولهم، وأن يتلطف معهم في الخطاب.
- أن يتواضع عند مخاطبتهم، وأن ينزلهم منازلهم.
- أن يتحرى وقت مخاطبتهم.
- أن يراعي البيئة التي يعيشون فيها.

وحتى يتسنى له أن يلتزم بهذه الأمور لا بد أن تنطوي نفسه على بعض الصفات التي تساعده على ذلك منها:

- المثابرة واللين، بمعنى الصبر وطول الأمل وقوة الإيمان، والرفق واستعمال الحكمة والعقل، وليكن التوجيه الرباني في ذلك شعاره قوله تعالى: ﴿فِيمَا رَحِمَهُ مِنَ اللَّهِ لَئِنْ لَمْ يَأْمُرْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ﴾⁽¹⁾.

وروى الإمام مسلم بسنده عن أم المؤمنين عائشة -رضي الله عنها- أن رسول الله (ﷺ) قال: «إن الله رفيق يحب الرفق، ويعطي على الرفق ما لا يعطي على العنف وما لا يعطي على ما سواه»⁽²⁾.

(1) قرآن كريم، سورة آل عمران، الآية 159.

(2) مسلم بن حجاج، صحيح مسلم، مرجع سابق، ج 4، ص 2004.

- التيسير والتبشير:

إذا ملأ الله قلب المتصل بالرحمة على خلقه، ولمس الرفق شغاف قلبه، انبعث في سلوكه حب التيسير على الناس وتبشيرهم.

وفي توجيه النبي (ﷺ) إلى الأسلوب الأمثل في التعامل مع الآخرين في مجال الدعوة وغيره.

يقول النبي (ﷺ): «يسروا ولا تعسروا بشروا ولا تنفروا»⁽¹⁾.

- طلاقة الوجه مع اجتناب ما يخل بالمرءة فالوجه من الإنسان هو المرآة العاكسة لما يدور في نفسه وأعماقه، وهو العنوان الذي يدل على صاحبه فيؤلف القلوب أو ينفرها منه. فعلى المتصل أن يتجنب التجهم في وجوه الناس وأن تعلق صفحة وجهه علامات البشر والسرور حتى تتألفه القلوب وتنجذب إلى دعوته النفوس. عن عبد الله بن الحارث بن حزم قال: "ما رأيت أحدا أكثر تبسما من رسول الله" ⁽²⁾. وقال أيضا: "لا تحقرن من المعروف شيئا ولو أن تلقى أخاك بوجه طلق" ⁽³⁾. ولكن ليس معنى طلاقة الوجه كثرة الضحك، والخروج عن الآداب المعروفة لأن ذلك يشين المتصل وينفر الناس منهم ويسقط مهابتهم من النفوس والقلوب. وإنما المراد أن يكون ذا وجه بشوش مع المحافظة على الوقار والهيبة والرزانة.

هـ) العفة والياس ما في أيدي الناس:

يحب الناس من يتودد إليهم، ويسعى إليهم بالخير والنفع عن حب وإخلاص لا عن رغبة وطمع. والمتصل الناح هو من يدرك ذلك، ويلبغهم رسالته معلنا لهم أنه ما

(1) محمد بن إسماعيل البخاري، مرجع سابق، ج 1، ص 24.

(2) محمد بن عيسى الترمذي، مرجع سابق، ج 5، ص 601.

(3) مسلم بن حجاج، مرجع سابق، ج 4، ص 6026.

يريد منهم جزاء ولا شكورا قال تعالى: ﴿فَاتَّقُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا﴾ (١٠٨) وَمَا أَسْأَلُكُمْ عَلَيْهِ مِنْ أَجْرٍ إِنْ أَجَرِيَ إِلَّا عَلَىٰ رَبِّ الْعَالَمِينَ ﴿١٠٩﴾ (١).

والأجر الذي ينبغي على المتصل أن يتعفف عنه ليس هو المال فقط، وإنما كل ما من شأنه أن يذهب عفته، أو ينقص من كرامته بين الناس، كأكلة أو هدية أو مصلحة تقضى له... قال الحسن البصري -رحمه الله- "لا يزال الرجل كريما على الناس حتى يطمع في دينارهم فإذا فعل ذلك استخفوا به، وكرهوا حديثه وأبغضوه" (٢).

سأل أعرابي أهل البصرة: من سيدكم؟ قالوا: الحسن البصري. قال بما سادكم؟ قالوا يحتاج الناس إلى علمه واستغنى هو عن دينارهم. فقال ما أحسن هذا (٣).

إن حسن تحلي القائم بالاتصال بالصفات الاجتماعية تجعله مندمجا مع المتلقين عنه، وهم بدورهم يألفونه ويقبلون عليه ويتأثرون برسالته.

4- المؤهلات الخلقية:

الخلق هيئة في النفس راسخة تصدر عنها الأفعال بسهولة ويسر من غير حاجة إلى فكر وروية (٤).

والخلق منه الحسن ومنه القبيح. والقائم على الاتصال يجب أن يتصف بالأخلاق الحسنة التي هي ألزم ما تكون لأي مسلم. إذ النبي ﷺ يقول: «إنما بعثت لأتم مكارم الأخلاق» (٥).

(1) قرآن كريم، سورة الشعراء، الآيات 108-109.

(2) علي محفوظ، هداية المرشدين، ط9، دار الاعتصام، القاهرة، 1979، ص 97.

(3) علي محفوظ، هداية المرشدين، ط9، دار الاعتصام، القاهرة، 1979، ص 97.

(4) أبو حامد الغزالي، إحياء علوم الدين، ج3، ص 48.

(5) رواه البخاري، ج1، ط4، المكتب الإسلامي، 1985.

وتبدو أهمية الجانب الخلقى في حياة المتصلين في كون المتلقين تتعلق بأحوال القائل أقوى من تعلقهم بكلامه، فهو قد لا يتكلم كثيرا ولكن أخلاقه وسيرته الحسنة تجعل رسالته تسري بأقل مجهود. وأهم الصفات الخلقية اللازمة للقائم على الاتصال خصوصا هي:

أ) الصدق والأمانة:

هاتان صفاتان من الصفات الواجبة في حق الأنبياء والرسل عليهم الصلاة والسلام. والممارسون للاتصال يمارسون عملية اصلاح، فهم ورثة الأنبياء، وحملات الرسائل من بعدهم فيلزمهم ما لزم الأنبياء والمرسلين من صدق وأمانة.

يقول عليه الصلاة والسلام: «عليكم بالصدق فإن الصدق يهدي إلى البر وإن البر يهدي إلى الجنة، ولا يزال الرجل يصدق ويتحرى الصدق حتى يكتب عند الله صديقا. واجتنبوا الكذب فإن الكذب يهدي إلى الفجور وإن الفجور يهدي إلى النار، ولا يزال الرجل يكذب ويتحرى الكذب حتى يكتب عند الله كذابا»⁽¹⁾.

يقول د. (أحمد غلوش) في كتابه 'الدعوة الإسلامية أصولها ووسائلها': "والصدق في الداعية ضرورة لأن ما يذكره شخصا، ولا اجتهدا ذاتيا يستخرجه، وإنما هو مبلغ دعوة الله كما جاءت، ونقل كل بيان قيل في شأنها. وكل ذلك يحتاج إلى صدق في التبليغ ودقة في النقل والبيان، حتى يتصور المدعوون من أول لحظة أن كل ما يسمعون هو رسالة الله، وأن الدعوة كما بدت من قوله هي كما تركها رسول الله (ﷺ) بلا تزيد أو نقصان، ولذلك كان من الحكم الخالدة في رسالة الإسلام أن أهم صفة أشتهر بها النبي (ﷺ) هي الصادق الأمين"⁽²⁾. ولشدة ارتباط الصدق بالأمانة في تبليغ الدعوة، يقول النبي (ﷺ) كبرت خيانة أن تحدث أخاك حديثا هو لك به مصدق، وأنت له به كاذب⁽³⁾.

(1) أخرجه مسلم في صحيحه، ج4، ص 213.

(2) أحمد غلوش، الدعوة الإسلامية أصولها ووسائلها، مؤسسة الرسالة، القاهرة، 2005، ص 120.

(3) رواه أبو داود في سننه، ج4، ص 293.

إن القائم على الاتصال أحوج الناس إلى التحلي بالصدق فيما يبلغه ويعمل به، وأن يكون أميناً في ذلك فلا يدعي ما لا يعرف، ولا يتصرف من أهوائه، لأنه يستمد من كتاب الله الحق، ومن سنة أفضل خلق الله تعالى.

ب) الحلم والعفو:

القائم بالاتصال من أكثر الناس تعرضاً لمواقف تستفزّه وتغضبه وذلك للأسباب التالية:

- هو داع إلى الحق، وإلى تغيير القناعات، والحق ثقيل على النفوس، لذا فهي تنفر منه وتكرهه.
- العصاة والمجرمون غالباً لا يحبون أن يروا أصحاب النفوس الطاهرة والأيدي النظيفة، لذا فهم يتعرضون لهم بالإيذاء والإهانة.
- الناس ذوو طبائع متقلبة، وأمزجة مختلفة، فقد يتحول الواحد منهم في لحظة من نقيض إلى نقيض.
- الملقي بشر، ومشكلات الحياة لا تنتهي، وهي مشكلات دائماً ما تثير الأعصاب وتستفز المشاعر. لهذه الأسباب وغيرها يجب أن يتحلّى الداعية بالحلم والعفو، ويكون رحب الصدر، واسع الأفق حتى يسع نقائص الناس.

وقد أمر الله - عز وجل - نبيه بقوله: ﴿خُذِ الْعَفْوَ وَأْمُرْ بِالْعُرْفِ وَأَعْرِضْ عَنِ الْجَاهِلِينَ﴾⁽¹⁾.

ومع تكرار العفو والصفح من الداعية يلين قلب المدعو، ويراجع نفسه، ويغير موقفه. وليس المراد بالحلم السكوت عن الهوان والاحتقار فإن المؤمن عزيز كريم يأبى الضيم ويرفض الذل، وإنما يكون الحلم على جهل جاهل أو سفه سفهيه أما تطاول غير

(1) قرآن كريم، سورة الأعراف، الآية 199.

هؤلاء من غير حق أو موجب فذلك هو عين الهوان. والحلم المراد هو الذي يكون عند القدرة على أخذ الحق، ورفض الظلم.

(ج) العزة والشجاعة:

إن المتصل المسلم يعلم أن ما يدعو إليه هو الحق، وأن ما دونه باطل، والحق يجب أن يسود، والباطل يجب أن يموت، وهذا لن يتأتى ما لم يكن دعاة الحق موصوفين بالشجاعة والجرأة في مواجهة الصعاب - التي ولا بد ستعترضهم - وألا تأخذهم في الله لومة لائم حتى تجد كلمة الحق طريقها إلى الجميع. عن عبادة بن الصامت- رضي الله عنه- قال: "بايعنا رسول الله ﷺ على السمع والطاعة في المنشط والمكروه، وألا ننازع الأمر أهله، وأن نقوم أو نقول بالحق حيثما كنا، ولا نخاف في الله لومة لائم"⁽¹⁾. وتنبعث العزة والشجاعة من اجتماع خلقين عظيمين في النفس هما:

- امتلاك الإنسان نفسه، وانطلاقه من قيود الرغبة والرغبة، وارتضاؤه لونا من الحياة بعيدا عن ذل الطمع، وشهوة التمتع.
- إيثار ما عند الله، والاعتزاز بالعمل له، وترجيح عظمته على جبروت الطغاة.

قال تعالى: ﴿وَإِنْ يَمْسَسْكَ اللَّهُ يَضُرَّ فَلَا كَاشِفَ لَهُ إِلَّا هُوَ وَإِنْ يَمْسَسْكَ بِيْضِرَّ فَهُوَ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ۝ (١٧) وَهُوَ أَقَاهِرُ فَوْقَ عِبَادِهِ ۚ وَهُوَ الْحَكِيمُ الْخَبِيرُ ۝ (١٨)﴾⁽²⁾.

وليس معنى العزة والشجاعة تجافي الناس والترفع عليهم، والغلظة لهم في القول والإساءة لهم بالفعل، وإنما الشجاعة والعزة ألا يذل المتصل نفسه لمخلوق، وأن يقول الحق ولو كان مرا وأن لا يخشى في الله لومة لائم مع مراعاة الآداب والأخلاق في الدعوة والمعاملة. ولا تعني الشجاعة التهور، بل الشجاعة أن يكون الداعية صلبا في المواقف

(1) أخرجه البخاري في صحيحه، ج4، ص 235.

(2) قرآن كريم، سورة الأنعام، الآيات 17- 18.

التي تتطلب ذلك، وأن يكون مستعداً للتضحية فيما هو نافع ومفيد، مع مراعاة حدود الكلمة حتى لا ينهى عن المنكر، فيقع فيما هو أشد، ويؤدي ذلك إلى حدوث فتنة.

(د) الصبر:

وهو من ضرورات الحياة حتى يحي الإنسان حياة هادئة مطمئنة، وينعم بالسعادة والاستقرار في معاشه ومعاده. وبالنسبة للقائم على الاتصال الصبر هو سلاحه ولباسه، وذخيرته وملأذه، وعدته وعتاده والسبب في ذلك كما يقول الدكتور (عبد الكريم زيدان): "إن الداعية (وهو ممارس للاتصال) يعمل في ميدانين: ميدان نفسه يجاهدها ويحملها على الطاعة، ويمنعها عن المعصية. وميدان خارج نفسه وهو ميدان الدعوة إلى الله، ومخاطبة الناس في موضوعها. فيحتاج إلى قدر كبير من الصبر في المجالين، حتى يستطيع تجاوز العقبات، وتحمل الأذى، فإن فقد الصبر قعد، أو انسحب من الميدان، وحق عليه الحساب، وفاته الثواب".

ومن وصايا لقمان الحكيم لابنه: ﴿يَبْنُ أَقِمِ الصَّلَاةَ وَامْرُءٌ بِالْمَعْرُوفِ وَأَنَّهُ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأَصْبِرْ عَلَى مَا أَصَابَكَ إِنَّ ذَلِكَ مِنْ عَزْمِ الْأُمُورِ﴾ (١).

وقال الإمام ابن كثير عند تفسيره لهذه الآية الكريمة: "لأن الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر لا بد أن يناله من الناس أذى فأمره بالصبر" (٢).

وليعلم المتصل أن شرف الاتصال لن ينال على الحقيقة إلا إذا توفر شرطان فيمن يقوم بهما، وهما الصبر واليقين. قال تعالى: ﴿وَجَعَلْنَا مِنْهُمْ أُمَمَةً يَهْدُونَ بِأَمْرِنَا لَمَّا صَبَرُوا وَكَانُوا بِآيَاتِنَا يُوقِنُونَ﴾ (٣).

(1) قرآن كريم، سورة لقمان، الآية 17.

(2) ابن كثير، تفسير القرآن العظيم، ط2، ج4، دار طيبة، الرياض، ص 446.

(3) قرآن كريم، سورة السجدة، الآية 24.

وقال بعض العلماء "بالصبر واليقين تنال الإمامة في الدين"⁽¹⁾. ولا يعني الصبر الخنوع والاستسلام، وإنما ألا يضيق المرء ذرعا بما يواجه دعوته من عقبات، بل عليه أن يستقبل الشدائد بالرضى والتسليم، وأن يبقى على مدى الأيام صلب المراس، فلا تلين له قناة، ولا يفتر له عزم وأن يتعامل مع الشدائد بكياسة المؤمن وفطنته، فإذا رأى عقبة في طريق دار حوله، ومضى إلى ما خلفها، وأثبت ذاته ووجوده في مجالات لا حرج عليه من العمل في دائرتها..

هـ) التواضع:

من علامات نجاح المتصل في رسالته اجتماع الناس حوله، وإصغائهم لحديثه، وانشراح صدورهم لمقاله، وسرعة استجابتهم له، وشدة تأثرهم به. وهذا ينبع من جهم له وتعلقهم به، وهذا الحب والتعلق نتيجة طبيعية لتواضع المتصل معهم. ومن طبيعة الناس التي جبلوا عليها أنهم لا يقبلون قول من يتكبر عليهم، ويحتقرهم ويستصغرهم، وإن كان ما يقوله حقا وصدقا. ومن طبائع الناس

كذلك أنهم لا يحبون من يكثر الحديث عن نفسه ويكثر الثناء عليها، ويكثر من قول أنا وينسب لنفسه المزيد من العلم أو الفصاحة أو المعرفة.

و) الورع: للورع أربع مراتب:

- الأولى: ورع العدول وهو الذي يشترط في عدالة الشهادة، وهو الاحتراز عن الحرام الظاهر.
- الثانية: ورع الصالحين: وهو التوقي من الشبهات كما قال النبي (ﷺ): «دع ما يريبك إلى ما لا يريبك»⁽²⁾.

(1) ابن كثير، تفسير القرآن العظيم، ج3، ص 463.

(2) رواه الترمذي في سننه، ج4، ص 668.

- الثالثة: ورع المتقين وهو ترك الحلال المحض الذي يخاف منه أداؤه إلى الحرام كما قال (صلى الله عليه وسلم) «لا يبلغ العبد درجة المتقين حتى يدع ما لا بأس به مخافة ما به بأس»⁽¹⁾.

- الرابعة: ورع الصديقين: وهو الإعراض عما سوى الله - عز وجل - خوفا من صرف ساعة من العمر فيما لا يفيد زيادة قرب عند الله وإن كان يعلم ويتحقق أنه لا يفضي إلى حرام⁽²⁾.

والمتمصل عليه أن يجتهد في تحصيل هذه المراتب كلها حتى يصل إلى أعلى درجات الورع حفاظا على دينه وقدوته وعرضه، وإنجاحا لخطابه.

ن الكرم والإيثار:

جبل الناس على الانقياد لمن يكرمهم، ويحسن إليهم، ويمد يده إليهم بالمعونة والمال.

والمتمصل يترسم هذا النهج فيجود بما يستطيع من ماله لكي يتألف الناس ويحبهم في رسالته ويجمع قلوبهم على طاعة الله. وصدق الشاعر إذ يقول:

أحسن إلى الناس تستعبد قلوبهم *** فطالما استعبد الإنسان إحسان

وقد مدح الله - عز وجل - الأنصار لهذه الخصلة بقوله: ﴿وَيُؤْثِرُونَ عَلَىٰ أَنْفُسِهِمْ وَلَوْ كَانَ بِهِمْ خَصَاصَةٌ وَمَنْ يُوقِ شُحَّ نَفْسِهِ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ﴾⁽³⁾.

وأخطر شيء على القائمين على الاتصال الأنانية، وحب الذات، وإتباع الهوى، لأن ذلك خلق سيء ينفر الناس ممن يتخلقون بها، ويهدم فيما عندهم من فكر سليم،

(1) رواه الترمذي في سننه، ج4، ص 634.

(2) أبو حامد الغزالي، إحياء علوم الدين، ج1، ص 24.

(3) قرآن كريم، سورة الحشر، الآية 9.

ومبدأ قويم. والمتصل على العكس من هذا تماما، يخالف هواه، ويذهب في الدنيا بجاهها وسلطانها، ويحارب الأثرة في نفسه، ويغرس مكانها الإيثار.

5- المؤهلات الجسمية:

وتتعلق بخلاقة القائم على الاتصال، أي بشكله وصورته، وصوته ونطقه، وهي من الأهمية بمكان. لأن أول شيء يبدو من المتصل منظره ومظهره، ثم نطقه وفصاحته. فإذا حسن في أعين المتلقين وأذانهم حسن ما جاء بعدهما، وإذا ساء عندهم ساء ما جاء بعدهما، وكان التأثير سلبيا، قد يصل إلى انصراف الناس عنه.

وتجتمع هذه المؤهلات تحت ثلاث صفات رئيسة وهي:

(أ) جمال الصورة وحسن السمات: ويدخل في ذلك اعتدال الصورة واكتمال الحلقة، ومراعاة النظافة والملبس الحسن والمظهر الأنيق. وقد أمر الله - عز وجل - المؤمنين أن يلتزموا ذلك عند إتيانهم الصلاة فقال: ﴿يَبْنَیْءَآدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ﴾⁽¹⁾.

والأمر يتأكد أكثر على من يؤم الناس. يقول الشيخ محمد الغزالي - رحمه الله -: "إن الأناقة في غير سرف، والتجمل في غير صناعة، وتزويق وإحسان الشكل بعد إحسان الموضوع من تعاليم الإسلام الذي ينشد لبنیه علو المنزلة، وجمال الهيئة"⁽²⁾.

والمتلقون إذا رأوا الملقى رث الهيئة، وسخ الثوب، رائحة عرقه تفوح منه، نفروا منه، وكرهوا اللقاء به، والاستماع منه، وسقطت هيئته من نفوسهم.

(1) قرآن كريم، سورة الأعراف، الآية 31.

(2) محمد الغزالي، خلق المسلم، دار الكتب الإسلامية الحديثة، ص 156.

ب) الوقار والرزانة: يصغي الناس غالبا لمن تعلوه سمات المهابة والوقار، ويستخفون بمن يكثر المزاح واللهو. وقد قيل: "من تمام آلة العالم أن يكون مهيبا وقورا، بطيء الالتفات، قليل الإشارة، لا يصخب ولا يلعب، ولا يجفو ولا يلغو"⁽¹⁾.

ولكي يحصل القائم على الاتصال الوقار والمهابة في أعين من يتواصل معهم يجب عليه أن يلتزم بعدة أمور منها⁽²⁾.

- الإمساك عن فضول الكلام، وكثرة الإشارة والحركة فيما يستغنى عنه.
- الإصغاء عند الاستفهام، والتوقف عند الجواب، وعدم التسرع والمبادرة في جميع الأمور.
- التحفظ من التبذل بالهزل القبيح، ومخالطة أهله، وحضور مجالسهم.
- ضبط اللسان من الفحش، والمزاح السخيف.
- الإقلال من البروز من غير حاجة، والترفع عن الجلوس في الأسواق وقوارع الطرق من غير ضرورة.

ج) قوة اللسان وفصاحة البيان: لما كانت اللغة هي الجسر الممتد بين المتصل والمتصل به، اقتضت حكمة الله أن يرسل الرسل بالسنة أقوامهم ليبينوا لهم منهج الله باللغة التي يتعاملون بها. قال -عز وجل-: ﴿وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ رَّسُولٍ إِلَّا بِلِسَانٍ قَوْمِهِ لِيُبَيِّنَ لَهُمْ فَيُضِلُّ اللَّهُ مَنْ يَشَاءُ وَيَهْدِي مَنْ يَشَاءُ وَهُوَ الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ﴾⁽³⁾.

ومن هنا كان نبينا (ﷺ) أفصح العرب لسانا، وأبلغهم بيانا، نطقه فصل، وكلامه عذب.

(1) ابن عبد البر، جامع بيان العلم وفضله، ط1، ج1، دار ابن الجوزي، الدمام، 1994، ص 146.

(2) علي محفوظ، هداية المرشدين، مرجع سابق، ص 107 - 108.

(3) قرآن كريم، سورة إبراهيم، الآية 4.

وعلى المتصل أن يعالج إن كان في منطقه شيء منفرد، كحدة زائدة، أو سرعة متجاوزة، أو رتابة مملّة، وليدرب صوته على حسن النطق، وفصل القول وله درس من كلام الله موسى -عليه السلام- حين استعان بربه في علاج ما ألمّ بلسانه فقال: ﴿وَأَحْلَلْ عُقْدَةً مِنْ لِسَانِي﴾⁽¹⁾.

ومع جمال المنطق وحسن الحديث، عليه أن يكون فصيح اللسان، عذب البيان، باستعماله الأساليب البلاغية المناسبة للمقام والزمان والمكان. ويختار من البيان ما يسهل على المتلقي فهمه، وما يجذبه ويملك قلبه ونفسه، ويمتّع فكره ويحلّو لديه. وقوة البيان وفصاحة اللسان من جلائل النعم التي ينعم الله بها على الإنسان وبها يجذب الداعية الأسماء، ويمتّع القلوب، ويأسر الأرواح.

كما يمكن تلخيص هذه المؤهلات فيما يلي:

- خلّو الجسم من العاهات التي تمنع المرسل من الأداء الأمثل لرسالته. لعل من الصفات الخلقية التي تساعد القائم على الاتصال على أدائه الوظيفي الأمثل، سلامة الجسم واللسان من العيوب الخلقية المنفرة، كما يجب أن يتصف بقوة الصوت، والقدرة على الحركة.

وللعرب مقولة في شكل قاعدة علمية عملية في مجال المظهر، فقالوا: " مظهرك يكرمك قبل نزولك وعلمك يكرمك بعد نزولك " والصفات الخلقية للمتصل ومظهره وهو يمارس العملية التواصلية، تعد المفاتيح الأولى في مجال التأثير في الناس وتربيتهم، إذ سيكون عورة، لو كان ذا عاهة خلقية في حواسه وأعضائه، تنقص من هيئته وكماله، فضلا عن مدى قدرته في توصيل ما يريد إيصاله للمتلقين، كما لو كان أعمى أو حتى أعور، لا يرى ما يحيط به، وهل ما يقوله يؤدي إلى تفاعل وتجاوب الناس معه، أو هم في سبات عميق.

(1) قرآن كريم، سورة طه، الآيات 27 - 28.

وكذلك لو كان صوته مبوحا ضعيفا، لا يكاد يسمع إلا نفسه، أو كان لا يستطيع التلفظ ببعض الحروف ما يعوقه عن إفهام غيره، بل ستكون صلاته فاسدة باطلة، لأنه يحرف قراءة القرآن أثناء الصلاة، وهذا النوع من الأئمة لن يؤثر التأثير المطلوب، بل قد لا يؤثر في أحد، إذ عوض الاستماع له، قد ينشغل به الناس، إن لم ينفروا منه.

• صفات مظهرية مطلوبة: ويكمل الصفات الخلقية الصفات المظهرية، من النظافة في الجسم والملبس، وحسن الرائحة، وجميل المظهر والهندام، لما لها من تأثير مزدوج، على لابسها والآخرين، بما تضيفه عليه من الراحة النفسية، والإكبار والقبول من طرف السامعين له، فلا يرى إلا أنيقا نظيفا، ولا يشم منه إلا أطيّب ريح، بدون مبالغة وإسراف، تأسيسا بسيد الخلق محمد (ﷺ) فقد كان يحب الطيب والمسك، وكان من يسلم عليه يجد رائحة يده في يده، وإذا مشى في الطريق، عرف مسيره منه برائحته⁽¹⁾. ويؤكد علماء النفس أن المستمع يرى المتكلم بعينه قبل أن يسمعه بأذنيه، والنظر يفعل بالقلب فعل الكلام في السمع، وكل إهمال في المظهر الخارجي ينعكس سلبا على الإمام لدى الجمهور⁽²⁾.

والملبس الخارجي يدل على شخصية وفكر ومعتقد صاحبه وسلوكه⁽³⁾. والمتصل يجب أن يظهر في مظهر حسن في الملبس وفي اعتنائه بصحته وكذا المنطق على السواء، فإنه إذا كان في سداد الرأي، وصدق لهجة، وطلاقة لسان ومظهر لائق بهم في الوقفة وحسن الإشارة؛ فإن ذلك سيؤدي إلى استمالة القلوب وتنبه المتلقي لما يلقي عليه⁽⁴⁾.

(1) ابن قيم الجوزية، زاد المعاد في هدي خير العباد، مج 2، ج 3، دار الكتاب العربي، بيروت، د.ت، ص 155.

(2) عبد الجابر إبراهيم محمد، المفيد للخطيب الجديد، ط1، مكتبة ابن كثير، الكويت، 2006، ص 50.

(3) عبد الرحمن حسن حنبكة الميداني، مرجع سابق، 8/2.

(4) عبد الله شحاتة، الدعوة الإسلامية والإعلام الديني، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 1986، ص 22 بتصرف.

وهذا المعيار يشتمل على المؤشرات التالية:

- الاعتناء بحسن المظهر العام داخل ميدان الاتصال.
- سلامة الجسم من العاهات التي تعيق أداءه الرسالي.
- سلامة النطق أثناء الحديث.
- النشاط والحيوية أثناء أدائه لمهنته الاتصالية.
- الاتزان النفسي والانفعالي.
- المهارة في الإلقاء وفنونه.
- المهارة في فن إدارة الحوار والمجادل ومناقشة الخصوم.
- المهارة في التواصل بجميع طرقه التقليدية والمعاصرة وطرق الإقناع والتأثير.

6- المؤهلات العلمية:

بموجبها يكون القائم على الاتصال قد ألم بأبعاد رسالته على الأقل، وأهدافه، قادرا على إيصاله للمتلقين عموما، تفهيمًا، وإقناعًا، وتأثيرًا، في صورة مقبولة على الأقل، يكتسب المتصل رصيده ذلك من تكوينه العلمي، وينمي بالقراءة المتواصلة والاجتهاد المستمر، في طلب العلم، ويتمثل زاده العلمي فيما يلي:

(أ) زاده من القرآن الكريم: حفظًا، وتلاوة، وتفسيرًا، وما يتعلق به من علوم، في مقدمتها الاطلاع على تفاسيره الكثيرة ولبابها، لمعرفة روح القرآن ورسالته، وتجنب الإسرائيليات⁽¹⁾.

(ب) الإمام بالسنة النبوية المطهرة: الفعلية والتقريرية والقولية في هديه (ﷺ) العملي في كافة شؤون الدين والدنيا. والحديث النبوي الشريف، كجزء من السنة النبوية، في شقها القولی، باستيعاب الحديث الشريف في طرق معرفة الصحيح من دونه سندًا وممتنًا، لاجتناب الوقوع في الحديث الضعيف والموضوع أصلاً، وكيفية توجيه الاستدلال به⁽²⁾.

(1) يوسف القرضاوي، ثقافة الداعية، دار البعث، قسنطينة، الجزائر، 1984، ص، 21.

(2) يوسف القرضاوي، المرجع السابق، ص، 80.

ج) ما تفرع من القرآن الكريم والسنة المطهرة من العلوم الشرعية⁽¹⁾: من فقهه، وأصول، وعقيدة، ونظم إسلامية.

د) العلوم الإنسانية: في مقدمتها علم النفس وعلم الاجتماع، والإعلام والاتصال، وكل ما يحتاج إليه الإمام من علوم في الكم والنوع والجودة في النواحي الاجتماعية، والأدبية، والسياسية⁽²⁾، مكملة للعلوم المذكورة، تعينه على الأداء الأمثل لرسالته.

هـ) الإعلام الآلي واستعمال الحاسوب والانترنت: كعلم مكمل للتكوين العلمي والثقافي للمرسل، فهو سلاح العصر، به تقضى الحاجات.

ويمكن تلخيص هذا المعيار ضمن المؤشرات التالية:

❖ معيار الكفاءة العلمية في تبليغ الرسالة الاتصالية، ويتضمن المؤشرات التالية:

- القدرة على بلوغ أهداف رسالته، وإفادة المتلقين وإحداث تغيير فيهم.
- سعة الإطلاع في كل ما يتعلق عموماً بمحتوى رسالته التي يرغب في تقديمها.
- التمكن من الطرح المعد، والحفاظ على موافقته للمتلقين زماناً ومكاناً ونفسياً.
- المهارة في استدعاء الأدلة وسرعة استحضارها، وربط أجزاء الموضوع أو الموضوعات المترابطة، الذي يعكس خلفية المتصل في إدراك التكامل بين مواد رسالته.
- القدرة على التعامل مع مصادر المعرفة المختلفة بأنواعها المقروءة والمسموعة والمرئية، والإلكترونية وجميع وسائل المعرفة والتثقيف؛ للإفادة منها في مجال التواصل.

❖ معيار الاهتمام بالتنمية المهنية والبحث العلمي المتعلق بالعملية التواصلية، ويتضمن المؤشرات التالية:

- الإفادة المعرفية والثقافية من التجارب الذاتية لشخصيات رائدة في كل الميادين.
- الإطلاع على خطط واستراتيجيات في المجالات الشبيهة لمجال محتوى رسالته.

(1) يوسف القرضاوي، المرجع السابق، ص. 91.

(2) عبد الجابر إبراهيم محمد، المفيد للخطيب الجديد، مرجع سابق، ص. 53.

- المشاركة بفاعلية في الدورات التدريبية، والمحاضرات والندوات المتعلقة بتخصصه.
 - إتقان مهارات إعداد البحث العلمي لإعداد بحوث متعلقة بتخصصه.
 - المطالعة المستمرة لكل ما يستجد في مجال تخصصه.
 - الاستزادة من العلوم والمعارف العامة.
- ❖ معيار الاهتمام بالتقنيات المعاصرة وتوظيفها في تبليغ رسالته، ويتضمن المؤشرات التالية:
- الوعي بأهمية التقنيات المتطورة في العملية الاتصالية.
 - استخدام هذه التقنيات في العملية التواصلية متى سمح المقام بها؛ لتواكب ما يزخر به العصر.

7- المؤهلات المهنية:

وهذه المعايير في هذا الجانب تشمل ما يلي:

1- معيار الاتجاه الإيجابي نحو وظيفته وتخصصه:

- الاعتزاز بانتمائه لتخصصه.
 - الالتزام باللوائح والأنظمة الحكومية أو المؤسسية أو التشريعات التي تنظم شكل إدارة مجاله الوظيفي والاتصالي.
 - الشعور بالقدرة على الإبداع والتميز في العملية التواصلية.
 - الشعور بأهميته كممارس للاتصال في المجتمع وعظم مسؤوليته تجاهه.
- ### 2- التمكن من مهارات الاتصال من حيث: التخطيط، التنفيذ، التقويم.
- (أ) مهارات التخطيط: وتتضمن المؤشرات التالية:
- تنظيم معلومات طرح الرسالة بدقة.
 - صياغة أهداف المادة الرسالية بطريقة سلوكية وبدقة وبيان.
 - تحديد الخطوات التنفيذية للطرح.

- تحديد الأساليب والوسائل القولية والفعلية والفنية المناسبة واللازمة لعرض الرسالة على المتلقين.
- تحديد آلية تقويم الخطة.

(ب) مهارات التنفيذ، وتتضمن المؤشرات التالية:

- تهيئة ميدان الاتصال لاستخدامه في تنفيذ طرح رسالته.
- تهيئة المتلقين لكل مجالات الرسالة لاستقبالهم وتبنيهم وتشويقهم.
- استخدام الأساليب البيانية والوسائل المتنوعة المحددة في الخطة واللازمة للعملية التواصلية.
- مراعاة حسن المنطق والتأني في الإلقاء، وعدم التسرع في السرد، وإن كان هناك ما يقتضي التسلسل فليكن التسلسل منطقياً في الطرح الرسالي.
- الالتزام بالوقت المحدد لتنفيذ الخطة بتوزيعها على زمان محدد لتحقيق الأهداف بفاعلية وحتى لا يمل المتلقون إذا ما شعروا أن الزمن قد قصر أو طال عن المحتوى الاتصالي.
- استخدام تعبيرات الوجه وإشارة اليدين واتجاهات الجسم في توصيل المحتوى.
- البعد عن التشدد والتعقر ولتكن عبارات الطرح الاتصالي سليمة وواضحة ومفهومة.
- إذا سمح الوقت المحدد أو كان في الخطة فيمكن مشاركة المتلقين لمتصل في تنفيذ محتوى الرسالة كزيارة مريض، أو تفقد مهموم..

(ج) مهارات التقويم، وتتضمن المؤشرات التالية:

- ربط الأسئلة التقويمية بالأهداف الاتصالية المتعلقة بما تم تنفيذه.
- كشف مدى قوة التأثير في المتلقين.
- رصد مواطن الضعف عند المتلقين، وفي طرح المادة الاتصالية أو في المرسل نفسه.
- محاولة وضع البدائل القوية والمركزة لتفادي الضعف لاحقاً.
- استخدام نتائج التقويم في معالجة مواطن الضعف.

3- معيار إدارة ميدان الاتصال وتنظيم بيئة التعلم، وتتضمن المؤشرات التالية:

- الاحترام المتبادل بين الملقى والمتلقين.
- المتابعة الدائمة لما يدور داخل ميدان العملية التواصلية، والحرص على توصيل الطرح دون أن يشغل المتلقين شاغل آخر.
- الانتقال بين فقرات الرسالة بسلاسة وتناسق مشوق.
- التشجيع على المحافظة على النظام داخل البيئة الاتصالية.
- التصرف بحكمة مع المواقف الطارئة وقت حدوثها.
- فقه الواقع: والذي يعني: الرؤية الشمولية لكل المعطيات الواقعية: الجغرافية، والديمقراطية الرقمية والرمزية، والفكرية، والفلسفية، والتاريخية، والسياسية، والاجتماعية، والاقتصادية، والتربوية، والاتصالية، والإعلامية... التي تشكل أطر علاقات المجتمع البشري المحلي والإقليمي والعالمي.
- ويدخل في فقه الواقع علم فقه المواقف لكافة مراكز الاستقطاب والتأثير، ومختلف قوى المجتمع الدينية والسياسية والاجتماعية والاقتصادية..
- وهذا العلم الواقعي يفرض على الملقى أن يحسن التعامل مع فقه المواقف والمتوقع، بحيث يتقن فن المتوقع، وتوجيه الخطاب المناسب من الزاوية المناسبة وبالمنهجية المؤثرة تجاه فئة من المتلقين دون سواهم عملاً بالمبدأ القرآني: ﴿قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي وَسُبْحَنَ اللَّهُ وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ﴾⁽¹⁾.

- الحس الحضاري العالي المستوى:

ونعني بالحس الحضاري العالي المستوى لدى القائم على الاتصال امتلاكه قدرات السيطرة والتحكم في أهم الوسائل والتقنيات والمناهج والأساليب المتطورة عملاً

(1) قرآن كريم، سورة يوسف، الآية 108.

بالمبدأ القرآني: ﴿وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ﴾⁽¹⁾، لأن "المتصل إذا كان قد آمن برسائله صدقا وإخلاصا، فإنه لن يضيق صدرا بما يرد إليه من مختلف الناس من سهام نقدهم واعتراضاتهم، ولن يحاول أن يستر عنهم خطأ إذا وجدته في أعماله، ولكنه سيستفيد من خدماتهم وجهودهم التي يبذلونها متطوعين لإصلاحه بدون ما أجر ولو بنية المعارضة والمعاداة"⁽²⁾.

أما لو حلق الملقى في جو بعيد عن اهتمامات من يتواصل معهم، حتى ولو استعمل الآيات والأحاديث والحكم والأشعار، فإنه مجرد ناقل من الكتب، يضيع الوقت، ولا يستفيد منه أحد⁽³⁾.

- التحكم في الموضوع المراد تبليغه بالتحضير الجيد، الذي لا ينبغي أن يكون في آخر لحظة، وحسن الاستهلال، أي كيفية التقديم والدخول في الموضوع، مع الإعلان عنه، وتقسيمه إلى وحدات ينه إليها السامعين في بداية التوجيه، لجلب انتباههم للمتابعة، وانتقاء الكلمات المفهومة القصيرة، بعيدا عن السجع والتكلف، مع التركيز وعدم الخروج عن الموضوع، مع قوة الاستدلال الشرعي وحسن توجيهه، ليعطي الحجة والبرهان لموضوعه، وتقيدته بالهدف الواضح، الذي يسعى إلى تحقيقه من خلال ما يبلغه، لتحقيق هدف الفهم لدى المستمعين، ولو في شكل ملخص.

ثانيا: عوامل فعالية المرسل إليه

المستقبل أو المتلقي عنصر هام من عناصر الاتصال، وهو الذي يتلقى الرسالة

(1) القرآن الكريم، سورة الذاريات، الآية 56.

(2) أحمد عيساوي، مرجع سابق، ص 105.

(3) المرجع نفسه، ص 72.

ويقوم بفك رموزها ويتفاعل بها ويتأثر بمضمونها⁽¹⁾ وهو الجهة التي يتوجه إليها المحتوى الاتصالي برسائله ومضامينه، وقد تكون هذه الجهة المدعوة فردا أو جماعة أو جمهورا، ويسعى المتلقي إلى التأثير فيهم وتغيير سلوكهم وتعديل اتجاهاتهم لتتوافق مع ما يحمله من أفكار وأهداف.

1- خصائص الجمهور والعوامل المؤثرة في إستجابته:

والمتلقون للمحتوى الرسالي متباينون من حيث السن والجنس والمستويات الفكرية والاجتماعية والتربوية وفاعلية التلقي والصدود.

ونعني بعوامل فعالية المرسل إليه مجموع العوامل -الخصائص والمهارات والقدرات- التي ينبغي أن يتصف بها المتلقي، والتي تجعله قادرا على تحليل معاني الرسالة وفك رموزها بكفاءة عالية، وفهم مضمونها وتفسير محتواها كما قصده المرسل.

ونجاح العملية التواصلية كما يرتبط بطبيعة المرسل كمكون مهم في هذه العملية، يرتبط أيضا بنوعية جمهور المستقبلين- كمكون ثاني أساسي في الفعل التواصل- وبإطاره المرجعي، فالمستقبل يتلقى الرسالة في صورة رمزية غالبا، ويعمل على فك رموزها ويتفهم معناها في ضوء خبراته السابقة وحاجاته، وكلما تشابهت خبراته هذه مع مرسل الرسالة كلما ازدادت كفاءته في تحليل الرسالة وفك رموزها بالشكل الصحيح.

وتعتمد كفاءة الفعل التواصل إلى جانب ذلك⁽²⁾ كيف يستقبل الجمهور ويدرك ويفسر المادة الاتصالية (الرسالة)، وكيف يتصرف الجمهور إزاء مصدر الرسائل، هل يتفاعل معه، أم يقبل هذا المصدر فحسب؟

(1) محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط1، الدار العالمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص 121.

(2) مختار بروال، الكفاءة التواصلية في الإدارة المدرسية، رسالة ماجستير، جامعة باتنة، 2009، ص 112.

إن دراسة الجمهور وتحليله تثير العديد من الأسئلة. فما الذي يركز عليه التحليل، وكيف يمكن الإفادة منه لتعزيز فاعلية العملية الاتصالية. وهذا التحليل يتناول على وجه التحديد:

- علاقة الجمهور بالمرسل.
- علاقة الجمهور بالرسالة.
- تحيز الجمهور.
- مشاركة الذات الفردية في الجمهور.

ويتصف الجمهور المستقبل للرسالة بخصائص تؤثر في مدى استجابته للرسالة القادمة من المرسل. وتنقسم هذه الخصائص إلى قسمين⁽¹⁾:

- خصائص ديموغرافية تتصل بالعمر والتعليم والمهنة والحالة الاجتماعية ومكان الإقامة.
- خصائص سيكولوجية (نفسية) واجتماعية.

وهناك عدد من العوامل التي تؤثر في فهم الرسالة أو عدم فهمها⁽²⁾ مثل:

- اللغة المشتركة والمفهومة بين كل من المرسل والمستقبل، سواء أكان ذلك بالنسبة إلى اللغة القومية المشتركة كاللغة العربية، أم المصطلحات اللغوية المستخدمة في اللغة الواحدة. وكثيرا ما يساء فهم الرسالة إذا لم تكن هناك لغة مشتركة وواضحة بين المرسل والمستقبل.
- درجة الانسجام والتجانس بين المرسل والمستقبل، وشعور الاحترام والود والثقة الموجودة بينهما. فالمرسل لا يجد عناء كبيرا في إيصال أفكاره إلى المستقبل في حالة وجود مشاعر إيجابية لديه.

(1) مختار بروال، المرجع السابق، ص 112.

(2) مختار بروال، المرجع سابق، ص 112.

- ثقافة المستقبل وخبرته ومعرفته بالموضوع الذي يقوم باستقبال معلوماته.

والفاعل والترجمة للرموز والتأثر بمحتوى الرسالة ليس نفسه عند أفراد الجمهور سواء أكان المستقبل قارئاً أم مستمعاً أم مشاهداً، وهذا يستلزم توافر مواصفات في شخص المتلقي، حتى يتمكن من فهم أبعاد الرسالة ومدلولاتها ليستطيع من خلال ذلك الإسقاط الواقعي لمضامينها، ومن هذه المواصفات:

- أن تكون له من المهارات الاتصالية ما يجعله قادراً على الاستماع والقراءة والتفكير.
- أن يحوز على مستوى من العلم والمعرفة ما يؤهله لفك رموز الرسالة، كأن يكون له سابق تصور على الموضوع الذي يستقبله⁽¹⁾.
- أن يكون على درجة من الانسجام والتجانس بينه وبين المرسل، أي الشعور بالاحترام والثقة بينهما.
- تواجد مؤثرات إجتماعية إيجابية أو سلبية بين المرسل والمستقبل⁽²⁾.

ومن أهم الشروط المؤهلة للمخاطبين ليستفيدوا من الرسالة:

- حسن الاستجابة للخطاب ولندائه ومعانيه لقوله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اسْتَجِيبُوا لِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ إِذَا دَعَاكُمْ لِمَا يُحْيِيكُمْ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ يَحُولُ بَيْنَ الْمَرْءِ وَقَلْبِهِ وَأَنَّهُ إِلَٰهٌ مُّحْشَرُونَ﴾⁽³⁾؛ لأنه يدعو إلى الخير والحق.
- حسن الأدب مع القائم بالخطاب والتواضع معه وحسن الظن به وحسن مساءلته ومساعدته.

(1) عاطف عدلي العبد، الاتصال والرأي العام، دار الفكر العربي، القاهرة، دن، 1993، ص 87.

(2) رحيمة عيساني، مدخل إلى الإعلام والاتصال، ط1، مطبوعات الكتاب والحكمة، باتنة، 2007، ص 79.

(3) قرآن كريم، سورة الأنفال، الآية 24.

- الثقة التامة بالمتلقي والاهتمام به ومحبته مما يؤدي إلى الرغبة في التلقي منه.
- حسن الفهم والاستيعاب لمضامين الخطاب وأبعاده.
- الابتعاد عن التحيز والأحكام المسبقة.
- أن يكون المستقبل هادئاً عند استقبال الرسالة حتى يستطيع أن يفهمها ويستوعبها ويفكر فيها.

وهذا الهدوء يشجع الملقي على مضاعفة وتحسين إلقاءه ويجعله يعطي أكثر مما خطط له، ومن جهة أخرى يضاعف الهدوء من عملية التركيز خاصة عند طرح أفكار جديدة.

- أن يكون المستقبل حسن الانتباه، وهناك بعض العلامات الدالة على ذلك مثل الجلوس بشكل مستقيم والنظر بالعينين إلى المتحدث نظرة اهتمام ورغبة وليست نظرة استغراب واستياء. وفي المقابل هناك علامات توحى بعدم الاهتمام مثل التحدث مع الآخرين وتلاوة القرآن أثناء الإلقاء والتأمل والنظر إلى الخارج أو الساعة. فكل ذلك من شأنه أن يعيق نقل رسالة الخطاب وفهمها بشكل صحيح.

2- حالات المستقبل أو المتلقي:

- أكد المختصون أن هناك أربعة احتمالات نتوقعها من المستقبل للرسالة وهي:
- فهم الرسالة فهما كاملاً، بمعنى مشاركة المستقبل للمرسل في الأفكار والإحساسات التي تنقلها.
- فهم الرسالة فهما غير كامل، كأن يفهم أجزاء منها دون الأخرى.
- فهم الرسالة فهما خاطئاً بسبب تفسير المستقبل للرموز المستخدمة في ضوء خبراته غير مشابهة لخبرات المرسل.
- عدم فهم الرسالة نهائياً، بسبب استخدام المرسل لرموز غير مألوفة للمستقبل، كأن يستخدم المرسل كلمات صعبة تفوق المستوى اللغوي للمستقبل.

3- أنماط التلقي والمتلقين:

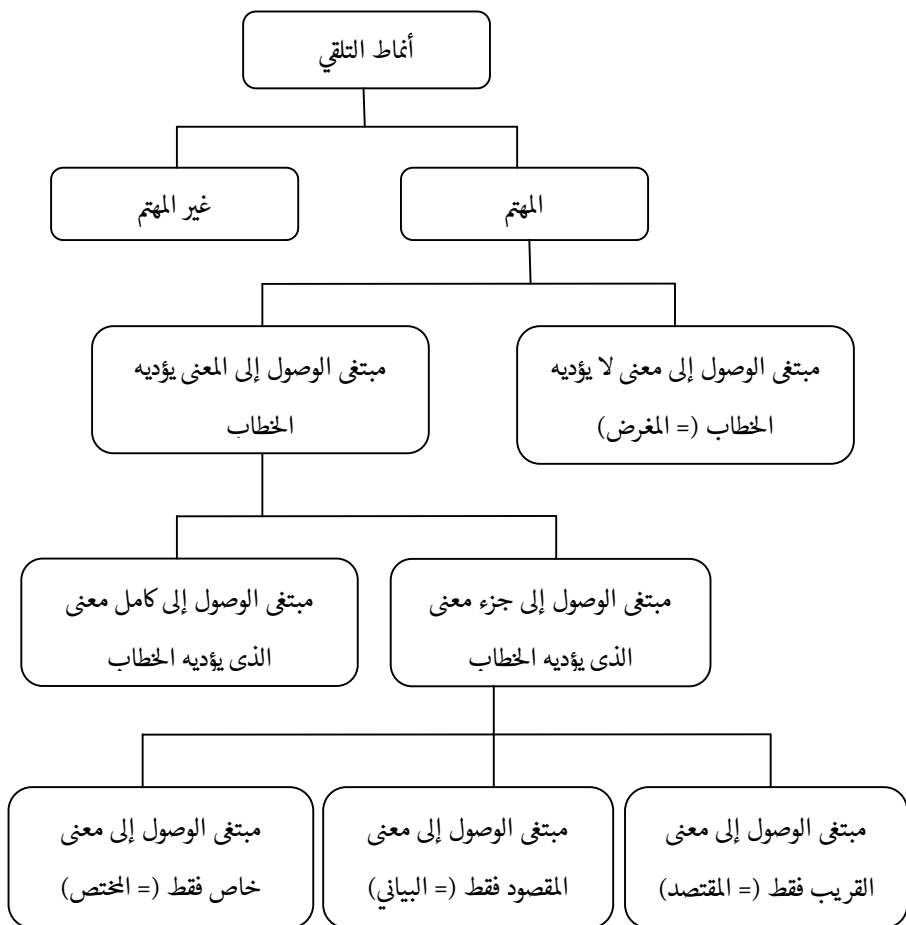
إذا استمع مستمع لخطاب ما، أو نظر ناظر فيه، فإما أن يكون مهتما بالخطاب متطلعا إلى تلقيه، وإما لا، فالأول هو (المهتم)، والثاني هو (غير المهتم)، والمهم إما أن يبتغي الوصول إلى معنى يؤديه الخطاب، وإما لا، أي أنه يبتغي الوصول إلى معنى لا يؤديه الخطاب.

والثاني هو (المغرض)، والأول الذي يبتغي الوصول إلى ما يؤديه الخطاب إما أن يبتغي الوصول إلى كامل ما يؤديه الخطاب من معنى، وإما أن يبتغي الوصول إلى جزء المعنى الذي يؤديه الخطاب.

فالأول هو المتدبر. والثاني الذي يبتغي الوصول إلى جزء المعنى الذي يؤديه الخطاب لا يخلو من ثلاثة أحوال: فإما أن يبتغي الوصول إلى كل المعنى المقصود دون اللازم غير المقصود، وهو (البياني)، وإما أن يبتغي الوصول إلى معنى خاص سواء أكان مقصودا أم لازما غير مقصود، ولا علاقة له بباقي المعاني، وهو (المختص).

وحاصل هذه القسمة يولد لدينا ستة أنماط نهائية لتلقي الخطاب بحيث تتحد هذه الأنماط في فعل التلقي، استمعا أو نظرا، ويختلف كل نمط منها عن غيره في الغاية الباعثة عليه، وهذه الأنماط هي: تلقي (غير المهتم)، وتلقي (المغرض)، وتلقي (المقتصد)، وتلقي (البياني)، وتلقي (المختص)، وتلقي (المتدبر)⁽¹⁾.

(1) أمين صالح، تلقي النص الديني، دراسة أصولية مقاصدية، مجلة إسلامية المعرفة، ع 40، 2005، المعهد العالمي للفكر الإسلامي، لبنان، ص 30 وما بعدها بتصرف.



شكل رقم (1) أنماط التلقي

- نمط التلقي الأول: تلقي (غير المهم):

- وهو النمط الذي يباشر صاحبه فيه فعل التلقي، استماعاً أو نظراً، لكن من غير أن يعبأ بالخطاب ذاته أو بمعناه، أو يهتم بالخطاب لكن لشيء آخر غير المعنى والحدوث هذا النمط من التلقي أسباب كثيرة منها:
- أن يكون المتلقي كارهاً أو مستقلاً لفعل التلقي نفسه المفروض عليه من الخارج كالتألم الكسول الذي يستقل السماع من مدرسه إلا أنه مجبور عليه.

- ومنها أن يكون نظر المتلقي في الخطاب لا لعينه، وإنما بحثا عن غيره المتصل به كمتصفح الجريدة مثلا بحثا عن خبر معين أو إعلان خاص، فإن نظره قبل وصوله إلى مبتغاه لا بد واقع على الكثير من الكلام الذي لا يبالى به.
- ومنها أن يكون المتلقي شارد الذهن لاهي القلب وقت التلقي لكفر بالخطاب أو تكذيب أو غفلة. ومن ذلك قوله تعالى: ﴿مَا يَأْتِيهِمْ مِّن ذِكْرٍ مِّن رَّبِّهِمْ مُّحَدِّثٍ إِلَّا أَسْمَعُوهُ وَمُزْمَعُونَ ۚ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ يُنصِتُ لِمَا يُسْرَوْنَ أَلَا يَتَذَكَّرُ أُولَٰئِكَ ۚ﴾ (٢) ﴿لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ يُنصِتُ لِمَا يُسْرَوْنَ أَلَا يَتَذَكَّرُ أُولَٰئِكَ ۚ﴾ (٣).

فوصفهم الله تعالى بممارسة فعل التلقي (يستمعون) لكنهم مع ذلك غافلو الظاهر (يلعبون) وغافلو الباطن (لاهي قلوبهم).

- نمط التلقي الثاني: (تلقي المغرض)

وهو الذي ينبغي فيه صاحبه الوصول إلى معنى لا يؤديه الخطاب وإن كان قد يحتمله لغة إحتالا بعيدا، يريده منه لسبب أو لآخر. فالمغرض هو ذاك الذي يريد أن يوظف الخطاب توظيفا يتأشى وهواه بحمله على ما يريد هو، لا على ما يريده المتكلم منشئ الخطاب. ومن هنا نجده لا يتحفظ على بتر الخطاب عن سياقه وظرفه اللذين قيل فيهما، ووضعه في سياق وظرف آخرين، ليحملة ما لا يحتمل، وليقوله ما لا يقول. وهو النمط الذي يعبر عن مضمونه كثيرا بـ (لِيْ أَعْنَاكَ النُّصُوصَ) قال تعالى: ﴿يُخْرِقُونَ الْكَلِمَ عَن مَّوَاضِعِهِ﴾ (٢).

وقال أيضا: ﴿فَأَمَّا الَّذِينَ فِي قُلُوبِهِمْ زَيْغٌ فَيَتَّبِعُونَ مَا تَشَبَّهَ مِنْهُ ابْتِغَاءَ الْفِتْنَةِ وَابْتِغَاءَ تَأْوِيلِهِ﴾ (٣).

(1) قرآن كريم، سورة الأنبياء الآيتان 2-3.

(2) قرآن كريم، سورة المائدة الآية 13.

(3) قرآن كريم، سورة آل عمران الآية 7.

- نمط التلقي الثالث: تلقي (المقتصد):

وهو النمط الذي ينبغي منه صاحبه الوصول إلى المقصود القريب لمتكلم، ولا ينبغي -ربما بحكم قدراته المحدودة- أن يكلف نفسه عناء الوصول إلى المقصود أو المقاصد الأبعد، والتي قد تكون خفية أو بعيدة بعض الشيء، فهو يقتنع بما يدل عليه الخطاب بعباراته أو بظاهره.

- نمط التلقي الرابع: تلقي (البياني):

وهو النمط الذي ينبغي فيه صاحبه الوصول إلى المعنى المقصود من الخطاب فحسب. فالعبرة عنده بما قصد المتكلم الإفصاح عنه أو بيانه من خلال خطابه.

- نمط التلقي الخامس (تلقي المختص):

وهو النمط الذي ينبغي فيه صاحبه الوصول إلى معنى خاص يؤديه الخطاب، وسواء عنده أكان هذا المعنى مقصودا لمتكلم أم غير مقصود.

- نمط التلقي السادس: تلقي (المتدبر):

وهو النمط الذي ينبغي فيه صاحبه الوصول إلى كامل معنى الخطاب أي إلى كل المعاني المقصودة وكل المعاني الغير مقصودة.

4- سمات المتلقين:

يتصف المتلقون للمحتوى الاتصالي عموما بـ:

- تنوعهم في السن.
- تنوعهم في الجنس (ذكر وأنثى).
- تباينهم في العلم والجهل والرفعة والضعف والحضارة والبداءة والثقافة والتخلف والصفاء والجفاء والموالة والمعاداة.
- اختلاف النفسيات.
- اختلاف اتجاهات المتصل بهم وأفكارهم تجاه الرسالة وما يتعلق بها.
- استمرار وجودهم.

- تنوع مسقط رؤوسهم.
- غالبا ما يريدون الخير ويحرصون عليه.
- ملهم من كثرة الخطاب وتكراره وذلك لما في النفس البشرية من ضعف ووهن.
- انجذاب المتلقي إلى أحسن القول والفعل ومحبته للإحسان والعطف وبعده عن الخشونة والفضاضة والغلظة⁽¹⁾.

5- حالات المتلقي:

الناس أمام الاستجابة إلى المحتوى الرسالي على أنواع وحالات مختلفة. وفي هذا يقول شيخ الإسلام ابن تيمية -رحمه الله -: "الناس ثلاثة أقسام: إما أن يعترف بالحق ويتبعه، فهذا صاحب حكمة، وإما أن يعترف به لكن لا يعمل به، فهذا يوعظ حتى يعمل، وإما أن لا يعترف به، فهذا يجادل بالتي هي أحسن، لأن الجدل فيه مظنة الإغضب، فإذا كان بالتي هي أحسن حصلت منفعته بغاية الإمكان كدفع الصائل"⁽²⁾.

ومن خلال هذا الكلام النفيس يتضح أن للمتلقي أربع حالات⁽³⁾:

- الحالة الأولى: أن يكون راغبا في الخير مقبلا عليه لكنه قد يجهله ويخفى عليه، فهذا يكفي في حقه مجرد الدعوة، مثل أن يقال له: هذا ما أمر الله به ورسوله فافعله، أو هذا ما نهى الله عنه ورسوله فاجتنبه، وهو من أجل رغبته في الخير وإقباله عليه سيقبل ويطيع.

- الحالة الثانية: أن يكون عنده فتور وكسل عن الخير أو إقبال ورغبة في الشر، فهذا لا يكفي معه مجرد الدعوة بل لا بد أن يضاف إليها موعظة حسنة بالترغيب في الخير

(1) عبد الرحيم بن محمد المغنوي، الأسس العلمية لمنهج الدعوة الإسلامية، ط2، دار الحضارة، الرياض، 2010، ص 580 بتصرف.

(2) أحمد بن عبدالحليم بن تيمية، مجموع الفتاوى، ط2، دار الوفاء، الاسكندرية، 2008، ص 45.

(3) عبد الرحيم بن محمد المغنوي، الأسس العلمية لمنهج الدعوة الإسلامية، مرجع سابق، ص 581.

والطاعة وبيان فضل الله وحسن عاقبته وضرب الأمثال في العواقب الحميدة، وموعظة حسنة بالترهيب من الشر والفسوق وبيان إثم ذلك وسوء عقيدته، وضرب الأمثال في العواقب السيئة للفاستين.

- الحالة الثالثة: أن يكون عنده إعراض عن الخير واندفاع إلى الشر.

وهذا لا يكفي في حقه مجرد الدعوة والموعظة بل لا بد أن يضاف إليهما مجادلته بالتي هي أحسن لتندحض حجته وتبطل طريقته.

وإلى هذه الأحوال الثلاث يشير قوله تعالى: ﴿ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجِدْ لَهُمُ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ﴾⁽¹⁾.

- الحالة الرابعة: وهي حالة من عامل وكابر وحاد عن وجه الحق وقاتل المسلمين. فحينئذ يُنتقل من الجدل إلى المحاربة ويُجاهد بما يمنعه ويردعه. وهذه الحالة قد لا تكون من وظائف الأفراد غير ذوي السلطة، لأن سلوك الأفراد لها إذا لم يكونوا من ذوي السلطة يحدث من الفوضى ما يكون فيه ضرر كثير وفساد كبير.

قال عز وجل:- ﴿وَلَا تُجَادِلُوا أَهْلَ الْكِتَابِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِلَّا الَّذِينَ ظَلَمُوا مِنْهُمْ وَقُولُوا ءَامَنَّا بِالَّذِي أُنْزِلَ إِلَيْنَا وَأَنْزَلَ إِلَيْكُمْ وَإِلَهُنَا وَإِلَهُكُمْ وَحِدٌ وَنَحْنُ لَهُ مُسْلِمُونَ﴾⁽²⁾.

6- حقوق المتلقي للمحتوى الرسالي:

(أ) أن يُقصد بالرسالة: أي أن توصل له الرسالة واضحة شاملة. قال عز وجل:- ﴿وَلَقَدْ

(1) قرآن كريم، سورة النحل، الآية 125.

(2) قرآن كريم، سورة العنكبوت، الآية 46.

وَصَلَّاهُمْ الْقَوْلَ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ ﴿١﴾

وإذا ما قام الملقى بتحقيق هذا الأمر تجاه المتلقي وقصدوهم بالرسالة، فسوف يكون له أعظم الأثر في نفسه.

ب) عدم الاستهانة به: فلا يجوز للملقى أن يستصغر شأن أي إنسان، أو أن، يستهين به فلا يبلغه الرسالة، لأنه من حق كل إنسان أن يُدعى ويهتم بأمره، وقد يكون هذا الذي لا يقيم له الملقى وزنا سيكون له عند الله وزن كبير بإيمانه وعمله.

ج) الحرص على رجاء هدايته: وقدوته في ذلك النبي محمد (ﷺ)، قال تعالى: ﴿لَقَدْ جَاءَكُمْ رَسُولٌ مِّنْ أَنفُسِكُمْ عَزِيزٌ عَلَيْهِ مَا عَنِتُّمْ حَرِيصٌ عَلَيْكُمْ بِالْمُؤْمِنِينَ رَءُوفٌ رَّحِيمٌ﴾ (٢).

د) اللين والعفو والإحسان للمتلقى: وأن يقابل الملقى شدة المتلقي بالحلم، وطيشه وإساءته بالأناة، وعدم الرد بالمثل فهذا من شأنه أن يقرب من استجابته وطاعته.

قال تعالى: ﴿أَذْهَبَا إِلَىٰ فِرْعَوْنَ إِنَّهُ طَغَىٰ﴾ (٤٢) ﴿فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لِّئَلَّا يَعْلَهُ رَبُّكَ وَأَخِشِي﴾ (٤٤) (٣). وقال أيضا: ﴿فِيمَا رَحِمَهُ مِنَ اللَّهِ لَئِنَّ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ﴾ (٤).

هـ) اختيار أنسب الوسائل والأساليب الملائمة في التبليغ: حسب نوعية كل متلقي، وجنسه ومقدار علمه وثقافته ومكانته.

(1) قرآن كريم، سورة القصص، الآية 51.

(2) قرآن كريم، سورة التوبة، الآية 128.

(3) قرآن كريم، سورة طه، الآية 43-44.

(4) قرآن كريم، سورة آل عمران، الآية 159.

والوسائل الاتصالية متنوعة، ومثالها قوله تعالى: ﴿ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ
وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجِدْ لَهُمُ الْبَالِيَ هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ
أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ﴾⁽¹⁾.

(و) عدم التشهير به: أي احترامه وحفظ أسرارها، فالمتصل أخ للمتصل بهم، يحفظ عليهم
حياتهم وأسرارهم.

قال تعالى: ﴿إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلَحُوا بَيْنَ أَخَوَيْكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ﴾⁽²⁾.
وكذلك الحرص على مشاعر الناس وعدم جرحهم أو التعريض بهم أمام
الآخرين. وأبلغ ما كان يقوله عليه الصلاة والسلام: "ما بال أقوام قالوا: كذا وكذا"⁽³⁾.

ويتأكد عدم التشهير بالمتلقين في الواقع المعاصر وخاصة في ظل وجود الوسائل
التقنية السريعة والمنتشرة في كل مكان، والتي تعتبر مجالا خصبا للتشهير بأي أحد من
الناس، ونقل سريع لأي معلومة قد تفسد وتهدم العلاقات.

7- واجبات المتلقي:

يمكن إجمالها فيما يلي:

(أ) الاستجابة للرسالة وعدم الإعراض عنها، مصداقا لقوله تعالى: ﴿يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ آمَنُوا
اسْتَجِيبُوا لِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ إِذَا دَعَاكُمْ لِمَا يُحْيِيكُمْ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ يَحُولُ بَيْنَ الْمَرْءِ
وَقَلْبِهِ وَأَنَّهُ إِلَهِمُ تُخْشَرُونَ﴾⁽⁴⁾.

(1) قرآن كريم، سورة النحل، الآية 125.

(2) قرآن كريم، سورة الحجرات، الآية 10.

(3) مسلم بن حجاج، صحيح مسلم، مرجع سابق، رقم الحديث 1401، ص 1020.

(4) قرآن كريم، سورة الأنفال، الآية 24.

وفي الواقع الناس ليسوا سواء في الاستجابة للحق وقبول الرسالة، فمنهم السريع جدا في الاستجابة، ومنهم البطيء جدا ومنهم بين هذين الحدين.

(ب) الثبات على الحق والمبدأ، ويطلب العون من الله. قال تعالى: ﴿يُثَبِّتُ اللَّهُ الَّذِينَ ءَامَنُوا بِالْقَوْلِ الثَّابِتِ فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَفِي الْآخِرَةِ وَيُضِلُّ اللَّهُ الظَّالِمِينَ وَيَفْعَلُ اللَّهُ مَا يَشَاءُ﴾⁽¹⁾. وما يساعد على الثبات: التفقه في الدين والعلم بثواب الأعمال الصالحة وجزاء الردة، والتراجع عن المبادئ.

(ج) الصدق في الانتماء وترك النفاق.

(د) الفقه في الدين والتزود من علوم الشريعة.

(هـ) تطبيق الشريعة وعدم الخروج عنها مثل ما ورد في قوله.

(و) السؤال والاستيضاح عما يشكل من كل الأمور وطرق الخير وأبواب البر وعن كل

شبهة حتى يعبد الله وقد خلص عقله وقلبه قال تعالى: ﴿وَمَا أَرْسَلْنَا قَبْلَكَ إِلَّا رِجَالًا نُوْحِي إِلَيْهِمْ فَاتَّبَعُوا أَهْلَ الذِّكْرِ إِنْ كُنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ﴾⁽²⁾. وكان حذيفة بن اليمان -رضي الله عنه - يقول: " كان الناس يسألون رسول الله (ﷺ) عن الخير، وكنت أسأله عن الشر مخافة أن يدركني"⁽³⁾.

(ز) القيام بتبليغ الرسالة، متأسيا بقوله - جل جلاله-: ﴿وَلَتَكُنَّ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ﴾⁽⁴⁾. وعن أبي سعيد

(1) قرآن كريم، سورة إبراهيم، الآية 27.

(2) قرآن كريم، سورة النحل الآية 43.

(3) محمد بن إسماعيل البخاري، صحيح البخاري، ط1، ج 4، رقم الحديث 7084، دار ابن كثير، دمشق، 2002، ص 317.

(4) قرآن كريم، سورة آل عمران الآية 104.

الحدري - رَحِمَهُ اللهُ عَنْهُ - قال: سمعت رسول الله (ﷺ) يقول: "من رأى منكم منكرا فليغيره بيده، فإن لم يستطع فبلسانه، فإن لم يستطع فبقلبه، وذلك أضعف الإيمان"⁽¹⁾.

ح) استشعار المدعو لمسؤوليته: يجب على المتلقي للمحتوى الرسالي أن يستشعر مسؤوليته بمعناها الشامل. سواء ما كان متعلقا بالأمر الديني أو الدنيوي، وتمتد المسؤولية من الحياة الخاصة إلى الأمة.

قال - عز وجل - : ﴿وَقِفُوهُمْ إِنَّهُمْ مَسْئُولُونَ﴾⁽²⁾.

وقال أيضا: ﴿وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا﴾⁽³⁾.

وعن ابن عمر - رضي الله عنهما - عن النبي (ﷺ) قال: «كلكم راع وكلكم مسؤول عن رعيته»⁽⁴⁾.

ط) الحذر من الهزيمة النفسية أمام الأعداء والخصوم.

ك) الوعي الحضاري الشامل للمتلقي، وتفاعله الإيجابي مع واقعه المعاصر.

8- شروط استجابة المتلقي:

وحتى يستجيب المتلقي للمحتوى الاتصالي، ينبغي توافر الشرطين الأساسيين فيه وهما:

أ- العلم بمحتوى الرسالة:

لأن فعل المطلوب لا يكون إلا بعد الطلب والأمر والإمام التام بحيثيات الأمر المكلف به.

(1) مسلم بن حجاج، صحيح مسلم، مرجع سابق، رقم الحديث 73.

(2) قرآن كريم، سورة الصفات، الآية 24.

(3) قرآن كريم، سورة الإسراء، الآية 36.

(4) محمد بن إسماعيل البخاري، صحيح البخاري، رقم الحديث 5200، مرجع سابق، ص 389.

قال تعالى: ﴿مَنْ أَهْتَدَىٰ فَأِنَّمَا يَهْدِي لِنَفْسِهِ ۖ وَمَنْ ضَلَّ فَلَنُصَابِحُهَا عَلَيْهَا وَلَا نُزِيدُ وَلَا نُزِيدُ ۚ وَزَرَّ أُخْرَىٰ ۖ وَمَا كُنَّا مُعَذِّبِينَ ۚ حَتَّىٰ نَبْعَثَ رَسُولًا ۖ﴾⁽¹⁾.

وقال أيضا: ﴿وَذَلِكَ أَن لَّمْ يَكُنْ رَّبُّكَ مُهْلِكَ الْفَرَىٰ يُظْلِمُ وَأَهْلُهَا غَفْلُونَ﴾⁽²⁾.

قال ابن حزم: "الشريعة لا تلزم أحدا إلا بعد العلم أو التمكن منه فإن لم تبلغه واجبات الدين فإنه معذور لا ملامة عليه"⁽³⁾.

ب- الأهلية الشخصية:

ومعناها عند العلماء صلاحية الإنسان لوجوب الحقوق المشروعة له أو عليه⁽⁴⁾ وهي المرحلة التي يصبح فيها الإنسان قادرا على أداء الحقوق المشروعة له وعليه ومكفلا ومؤهلا لفهم الخطاب والعمل به والتي تستوجب كمال العقل. وإذا توافرت كل المبادئ والشروط السابقة في المتلقي للمحتوى الاتصالي، وألم بها فإن ذلك من شأنه أن ينجح الرسالة، ويشجع القائم على الاتصال على المزيد من البذل والعطاء والتضحية. وموضوع المتلقي له ارتباط وثيق بنظرية نالت الكثير من الاهتمام والدراسة، وهي نظرية التلقي والتي تحتاج منا إلى وقفة.

9- نظرية التلقي:

بداية نستعرض مفهوم التلقي، قد ورد في معجم لسان العرب لابن منظور بالشكل التالي: تلقاه أي استقبله وفلان يتلقى فلانا أي يستقبله، ولقاء الشيء وألقاه إليه

(1) قرآن كريم، سورة الإسراء، الآية 15.

(2) قرآن كريم، سورة الأنعام، الآية 131.

(3) فيروز صوالحي، مرجع سابق ص 62.

(4) فيروز صوالحي، مرجع سابق، ص 65.

وبه، وقد فسر الزجاج قوله تعالى: ﴿وَلَنَلَقِيَ الْقُرْآنَ مِنْ لَدُنْ حَكِيمٍ عَلِيمٍ﴾⁽¹⁾. أي يلقي إليك وحيا من عند الله، وأما قوله تعالى: ﴿فَلَنَلَقِيَ آدَمُ مِنْ رَبِّهِ كَلِمَتٍ فَتَابَ عَلَيْهِ إِنَّهُ هُوَ التَّوَّابُ الرَّحِيمُ﴾⁽²⁾. فمعناه أنها أخذها عنه وقيل تعلمها ودعا بها⁽³⁾. فدلالة الاستعمال القرآني لمادة التلقي تنبه إلى ما تحمل هذه المادة من إحياءات وإشارات إلى عملية التفاعل النفسي والانفتاح الذهني مع الخطاب، حيث ترد أحيانا مرادفة لمعنى الفهم والفطرة، وهي مسألة لم تغب عن ذهن بعض المفسرين والأدباء في الإشارة إليها⁽⁴⁾.

والمتلقي الفعال أو القارئ الخبير حسب طرح (ستانلي فيش)⁽⁵⁾. هو ما حاز شروط القراءة الصحيحة من مثل المفسرين ودورهم في فهم الخطاب القرآني من خلال التفسير أي: توظيف معنى الآية وشأنها وقصتها والسبب الذي نزلت فيه بلفظ يدل عليه دلالة واضحة⁽⁶⁾.

إن موضوع التلقي يشكل جانبا هاما في حقل الدراسات الأدبية، كما يمثل جانبا حيا في ميدان الاهتمامات العلمية والاجتماعية والاتصالية. فنظرية التلقي تبحث في العلاقة بين النص والمتلقي، هذا الأخير حاضر في ذهن الكاتب أثناء عمليات الكتابة والإنتاج. فهذه النظرية تركز من جهة على التفاعل بين النص والمتلقي، ومن جهة ثانية تركز على إبداع المتلقي، حيث جعلت منه المصدر النهائي والأساس والفاعل الحقيقي في إنتاج الدلالات⁽⁷⁾ ومن ثم يتم الحصول على المعنى الذي هو نتاج التفاعل بين القارئ والنص، وبالتالي شكلت

(1) قرآن كريم، سورة النمل، الآية 06.

(2) قرآن كريم، سورة البقرة، الآية 37.

(3) عاشور توأمة، بلاغة الخطاب القرآني وأثرها في المتلقي، مجلة قراءات، ع 8، جامعة بسكرة، 2016، ص 11.

(4) عاشور توأمة، المرجع السابق، ص 11.

(5) عاشور توأمة، المرجع السابق، ص 11.

(6) عاشور توأمة، المرجع السابق، ص 11.

(7) حنان شعبان، أثر الفواصل الإشارية التلفزيونية على عملية التلقي، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، 2009، ص 74.

علاقة النص بقارئه من أهم الأطروحات النقدية الحديثة التي أحدثت ثورة في المناهج التقليدية التي اهتمت كثيرا بالمؤلف وحياته وظروفه. وظهر توجه جديد بريادة (رولان بارت) الذي أعلن "موت المؤلف" حيث شكلت دراسته بنفس العنوان تحولا هاما في ميدان الدراسات الأدبية والإعلامية. وجوهر هذا التوجه يرفع من سلطة القراءة والقارئ. وهذا الإسهام نادى بظهور نظرية التلقي التي تهتم خاصة بالعنصر الثالث في العملية الاتصالية وهو المتلقي، إلى جانب المرسل والرسالة وذلك عن طريق إقامة نظرية خاصة به من خلال العلاقة التفاعلية التي مؤداها إنتاج معاني ودلالات وتأويلات خاصة به⁽¹⁾.

وتولي نظرية التلقي عناية بالغة لسياق التلقي والمتلقي، وذلك من خلال إنتاج معاني وتأويل النصوص انطلاقا من خبرات المتلقي وتكوينه الشخصي. لأن فعل التلقي يختلف من قارئ لآخر حسب تكوينه النظري والميول والرغبات، وحسب قدرته الاجتماعية والثقافية التي يحملها، وكل هذا يشكل مخزوننا أو مرجعيته الخاصة به⁽²⁾.

إن نظرية التلقي تندرج ضمن الحقول المعرفية الحديثة التي أعطت دفعا قويا للاهتمام بالمتلقي باعتباره الفاعل الحقيقي والمشارك في إنتاج الدلالة والمعنى.

10- التلقي وأطروحاته الأربع:

يتعلق الحديث عن وضعية التلقي حتما بالحديث عن مفهوم الجمهور، الذي تم النظر إليه انطلاقا من مقاربتين رئيسيتين، الأولى يدور محورهما حول حتمية التأثير، التي يكون فيها المتلقي مجرد مستهدف سلبي لا يحق له إضفاء تعديلات على سيرورة الاتصال، أما الثانية فهي تلك المتعلقة بالرؤية الإرتباطية أو النسبية التي تتداخل فيها عدة متغيرات لتفسير وتأويل الرسائل الإعلامية انطلاقا من شخصية المتلقي وتجربته المتراكمة، أي أنها تدرس فعل التلقي في حد ذاته.

(1) حنان شعبان، المرجع السابق، ص75.

(2) حنان شعبان، المرجع السابق، ص75.

وانطلاقاً من ذلك هناك أربع أطروحات تتعلق بمجال البحث في ميدان التلقي، والتي اتخذتها المقاربة الثانية كأساس تنظر إلى التلقي بأنه بنية حقيقية تدور حول ديناميكية مشاركة المتلقي في استقباله للمضامين الإعلامية.

(أ) التلقي (الاستقبال) يعني القيام بفعل (Recevoir, c'est agir)

يعني التلقي في هذا المقام تسلسل الأعمال المنجزة، فالمتلقي عندما يواجه مباشرة عملاً ما: ورقة، شريط، كلام، فهنا لا توجد معاني، ولا أثر للمعاني لكن هناك أشكال، أصوات، يعمل وعي المتلقي في هذه اللحظة على تقديم دلالات لأنه قد قام بتخزين الرموز التي تلقاها، وبالتالي فإن تعاقب الأفعال تكون معاني الأشكال والصور التي واجهها في الأول، فالتلقي هنا يشكل نشاطاً أساسياً لتكوين المعنى نتيجة لاستقبال أشكال مختلفة، كما يعمل الانتباه دوراً هاماً في هذه المرحلة، حيث يقوم المتلقي باختيار وإقصاء الأفكار وذلك من أجل الفهم، وهذا يرتبط بالدرجة الأولى بنوعية الموضوعات التي يستقبلها المتلقي، ويقوم بملء ما لم يصرح به النص عن طريق تجربته الشخصية، لأن النصوص ليست دائماً كاملة وإنما المتلقي هو الذي يملأ الفجوات التي تحملها.

(ب) التلقي يعني معاشية ثلاثة عوالم (recevoir, c'est mener trois vies)

يرتبط التلقي في هذه الأطروحة بالعلاقة التي يقيمها المتلقي مع النصوص التي يتلقاها وذلك من خلال ما يسمى بعملية المشاركة.

وتتم هذه المشاركة من خلال ثلاث مستويات (عوالم) نوجزها فيما يلي:

- المستوى الأول: هنا المتلقي تربطه علاقة بين نظام من الرموز المموسة كالألوان والأصوات، فيقوم المتلقي بمقارنة ما يتلقاه مع ما هو موجود في الحقيقة.
- المستوى الثاني: يتم فيه إحداث نوع من التفاعل مع الرسالة التي يتلقاها، وهذا ما يتعلق بتركيز انتباهه لما يستقبله عن طريق فهمه لسلوك الشخصيات وإيماءات وجوههم ومختلف المناظر الموجودة في الرسالة التي يتلقاها، وهنا المتلقي يقوم بإصدار

رد فعل كالضحك أو الخوف أو حدوث نوع من المفاجأة.

- المستوى الثالث: وفيه يقوم المتلقي بمقارنة ما تمت مشاهدته في المستويين السابقين وذلك من أجل تقييم ونقد كل ما تم استقبله.

(ج) التلقي يعني التعبير (recevoir, c'est s'exprimer)

مهما كان شكل الاتصال، فإن موضوع التلقي يختلف باختلاف الدلالات التي يكونها المتلقي نتيجة لتجربته المتراكمة، لذا هذا لا يمنع من إقامة مقارنات بين كل ما يستقبله المتلقي، وهنا يتم التعبير عن كل ما استقبله عن طريق حدوث انفعالات وإصدار أحكام، ويتم ذلك من خلال أربعة مراحل يظهر من خلالها المتلقي شرحه وفهمه للنص:

- شكل الموضوع الذي يستقبله والمعرفة التي يكسبها تسمح للمتلقي بمقارنة كل ما استقبله.

- فضول المتلقي لفهم النص، يساعده على اكتساب نوع من الفائدة التي من خلالها يستطيع المتلقي أن يقيم ويحكم على ما تم استقبله.

- المواقف التي يتخذها المتلقي من جراء تلقيه للرسالة، هي الأخرى تدل على المغزى الذي فهمه المتلقي من الرسالة.

- تلعب آفاق توقعات المتلقي وذوقه دورا هامات في شرح وفهم النص الذي يتلقاه.

(د) التلقي يعني تشكيل الصور (recevoir, c'est faire des figures)

إن التلقي هو نظام من الأشكال، والمتلقي يقوم بوصف وتحويل كل ما تم استقبله في إدراكه إلى أشكال وصور، وبالتالي يؤسس دلالات مختلفة، ويتم ذلك وفق عمليات متعددة تتعلق بإصدار عواطف مختلفة، كالفرح والحزن والحماس والتعاطف، وهذه العملية تتداخل فيها تجربة وخبرة المتلقي السابقة. وفهم كل ما يتلقاه لا بد عليه من بذل مجهود يتعلق بإدراكه لمختلف الأحداث ووضع خاتمة لكل ما يستقبله. تشكل هذه العمليات الحلقة الأولى لتشكيل السلسلة الصورية كما يشكل الدافع الذي يؤدي بالمتلقي إلى استقبال العمل مهما كان نوعه أهمية تساعد على تشكيل صوراً مختلفة للنص الذي تلقاه، ويمثل هذا الدافع الحلقة الثانية التي تؤدي إلى تشكيل صور مختلفة وتساعد المتلقي على تشكيل دلالات عن طريق

ترجمته للنص التي تظهر في شكل رجوع صدى الذي يمثل في حد ذاته الحلقة الثالثة في سلسلة تشكيل الصور، وعادة ما تكون هناك أنواع مختلفة من رجوع الصدى منها:

- الانفعالات الناتجة عن استقبال النص.

- تطورات أحداث النص التي تحدث بطريقة غير مباشرة تجعل المتلقي يعيش في عالمه الخيالي.

- معايشة النص وذلك عن طريق إدراكه بطريقة مناسبة مما يؤدي إلى تشكيل آراء مختلفة.

- الحوافز التي تؤدي إلى تبني سلوك معين.

وتبعاً لما قيل، فإن فعل التلقي يمر عن طريق حدوث هذه الطروحات الأربع التي هي ثابتة في مراحلها ولكنها مختلفة في جوهرها من متلقي إلى آخر، لأن النظريات الحديثة أكدت أن مبدأ الفروق الفردية، والتجربة والخبرة السابقة للمتلقي تلعب دوراً كبيراً في إضفاء دلالات مختلفة تختلف باختلاف السياق الذي يوجد فيه المتلقي، ومن ثم فإن لكل واحد قراءة خاصة به.

ومن جهة أخرى وحسب (شيء ذو الفقار زغيب) فإن عملية تشكيل وتغيير الاتجاهات وفقاً لنموذج "التلقي- إعمال العقل- القبول" تمر بالمراحل الآتية⁽¹⁾:

* مرحلة التلقي:

بما فيها من انتباه وفهم للرسالة، وهي تعد نقطة الارتكاز الأساسية للنموذج، فدون حدوث انتباه وفهم للرسالة لا يمكن أن ينتقل الفرد للمراحل التالية في عملية تشكيل الاتجاه، ولكن مع ملاحظة أن مستويات الفهم متفاوتة بين الأفراد حيث يتحكم في ذلك متغيرات كثيرة، منها مستوى المعرفة السابقة والمستوى التعليمي والمحيط الثقافي والسياسي التي تقدم من خلاله الرسالة وغيرها من المتغيرات.

(1) شيء ذو الفقار زغيب، نظريات في تشكيل اتجاهات الرأي العام، ط1، دار المصرية اللبنانية،

القاهرة، 2004، ص 226.

* مرحلة إعمال العقل:

وفيها يتدرج المتلقي في مستوى إعماله للعقل في الرسائل التي تلقاها ما بين الإعمال للعقل (الطريق الهامشي) والإعمال التام (الطريق المركزي)، مع ملاحظة أن مستوى إعمال العقل يرتبط إلى حد كبير بمستوى الفهم الذي حدث في المرحلة السابقة.

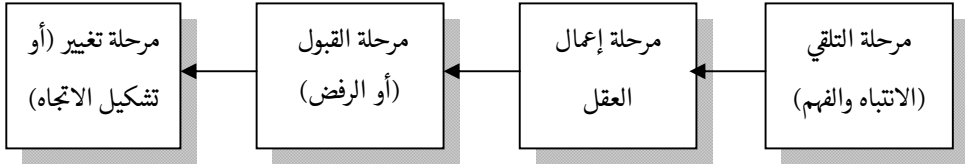
* مرحلة القبول أو الرفض:

وفيها يقبل المتلقي أو يرفض الرسائل التي تلقاها بناء على النتيجة التي خرج بها من أعمال عقله في هذه الرسائل، وما تتضمنه من حجج وبراهين... الخ

* مرحلة تغيير الاتجاه:

وهي المرحلة النهائية المترتبة على مدى قبول أو رفض الرسائل التي تم تلقيها وإعمال العقل فيها.

ويوضح الشكل التالي هذه المراحل⁽¹⁾:



شكل رقم (2) مراحل عملية التلقي

إن مثل هذه الدراسات حول نظرية التلقي يمكن الاستفادة منها في موضوع المتلقي للمحتوى الاتصالي بكل أشكاله، وعلى الملقي له أن يحسن إدراكها واستيعابها ليحسن التعامل مع من يتلقى عنه، والنتيجة الوصول إلى عقله وقلبه. والمتلقي إنسان له خصائصه في كل مكان وزمان.

(1) شياء ذو الفقار زغيب، المرجع السابق، ص 227.

ثالثاً: عوامل فعالية الرسالة:

الرسالة هي ما يقدمه الملقى أو القائم على الاتصال من مواضيع وأفكار ومشاعر وكلمات بمختلف أشكالها وصورها، ويرسلها إلى من يعينهم أمرها، وهم المتلقون توجيهها وإرشاداً لهم.

وهي كذلك ينبغي أن تخضع إلى شروط لكي تكون فعالة وقوية وناجحة، فليس كل ما يلقيه الملقى يصل إلى مبتغاه.

ويمكن تحديد هذه الشروط فيما يلي:

1- اتصاف الرسالة بالمضامين التالية:

علينا أن نلفت الانتباه إلى مواصفات لا ينبغي إغفالها في ما يتعلق بمضامين الرسالة المؤثرة، من قبل القائم على الاتصال المسلم، فهي:

- رسالة تمثل انعكاساً لرسالة الإسلام السامية، ولما قصده الكريمة، ولتوجيهاته العظيمة، كما هي مقررّة في كتاب الله تعالى وسنة نبيه ﷺ.

- رسالة تعكس تكامل الرسالة الإسلامية، ويستوعب مختلف الأبعاد وشتى جوانب الحياة ومستجداتها، بتماسك وانسجام.

- رسالة تنطلق من صفاء الدين الإسلامي ووضوحه، وينهل من معينه الذي لا ينضب، مراعيًا في الوقت ذاته سمة التنوع والتعددية في واقع المسالمين وفي حياة البشر، بشتى بيئاتهم.

- رسالة مبادرة تحيب على الأسئلة وتيتصدى لطرح الحلول لقضايا بني الإنسان وتحديات العصر، ولكنها لا تكتفي بذلك؛ بل وتمتلك زمام المبادرة في شتى مواقع الفعل الإنساني الحميد.

- رسالة تعبر أصدق تعبير عن الإنسان، الذي كرمه الله تعالى، وتبني قضاياها العادلة وهمومه المستعصية، بغض النظر عن دينه ولونه وعرقه ووطنه. فهي تبشّر بالعدالة وتسعى لتمكين لها، وتناهض الظلم وتتصدى له، تعلي من شأن الحرية الحقّة

وتناصرها، وتؤكد المساواة بين البشر وتعززها، ترتفع باهتمامات البشر وتسمو بها، وتصون كرامة الإنسان ويحميها.

- رسالة تستجّع العنوان والمضمون، وتستوعب الشعار والتفصيل، لا تكتفي بالعموميات دون التفصيلات، ولا تقتصر على الإجمال دون التخصصية.
- رسالة تستوعب حصيلة الماضي وتتعايش مع الواقع الحاضر، وتستشرف آفاق المستقبل، ساعية نحو المزيد من التأثير الإيجابي الفاعل في دنيا الناس وفي حركة العصر والتاريخ، دون أن تتخلى في غضون ذلك كله عن مرجعيته الإسلامية الصحيحة أو توجهاته الكبرى المقررة أصلاً.

وتشمل عوامل فعالية الرسالة مجموع الاعتبارات والأسس والمواصفات التي ينبغي أن يتصف بها المحتوى الاتصالي، ويراعيا ويقوم عليها حتى يحدث التأثير المطلوب في جمهور المتلقين بمختلف أحوالهم، وتضمن استجابتهم الفاعلة والواعية. فطبيعة المحتوى الذي يلقيه القائم على الاتصال ومكوناته وطريقة تصميم هو صياغته وحجم ودقة ونوع المعلومات الواردة فيه ومستوى لغته ونوعها، كلها عوامل تؤثر في فاعلية وكفاءة رسالة الاتصال والعملية التواصلية بين الملقى ومتلقيه.

ومن الاعتبارات التي يجب مراعاتها في إعداد رسالة الاتصال حتى تؤدي أكلها ما يلي⁽¹⁾:

- استخدام الرموز والألفاظ المفهومة عند جمهور المتلقين.
- استخدام معيار الجاذبية بمعنى عرض الجوانب الأكثر جاذبية للجمهور لجذب انتباهه ودفعه لإتمام الرسالة.
- معيار الأولوية والحدثة بمعنى أن القضايا التي تقدم أولاً تحظى باهتمام أكبر من التي تليها في العرض أو التقديم. كما أن تقديم المعلومات الأحدث يكون أكثر فاعلية من

(1) محمد منير حجاب، المدخل الإنسانية للعلاقات العامة، ط2، دار الفجر، مصر، 1999، ص60.

البدء بالمعلومات الأقدم حدوثاً.

- الحرص على الالتزام بضوابط بناء الرسالة التي حددها علماء اللغة من حيث الكلمة والجمله والفقرة.

فمن حيث:

(أ) الكلمة⁽¹⁾

- تجنب الكلمات التي تعطي أكثر من معنى.
- تجنب الكلمات المعقدة والصعبة وغير صحيحة الاشتقاق.
- تجنب المصطلحات غير الواضحة أو غير شائعة الاستعمال والكلمات المجهولة لغالبية المتلقين وغير الفصيحة.
- احترام قواعد النحو والصرف.
- استخدام الكلمات التي تتناسب مع بعضها دون تضاد أو تنافر.
- تجنب المبالغة في استخدام الألفاظ المجازية التي تعطي معاني لا يريد الملقى إظهارها بصراحة.
- تجنب الكلمات التي لا تتناسب مع الموضوع المطروح ومدارك المتلقين.

(ب) الجملة:

وهي أصغر وحدة تعنى معنى مفيد. ومن تحليلها يمكن اكتشاف أفكار الملقى ومدى دقتها وكشف شخصيته ومزاجه وأهدافه.

وحتى تحقق الجملة وظائفها الاتصالية ينبغي أن يتوافر لديها جملة من الشروط وهي:

- صحتها لغوياً وبلاغياً.
- تماسك كل عناصرها المكونة لنسيجها.
- تفادي تكرار كلمة واحدة دون ضرورة لازمة.

(1) محمد منير حجاب، المرجع السابق، ص 61.

- الإيجاز والتقصير.
- الوضوح التام.
- ارتباطها بالفكرة الأساسية.
- أن تضيف جديدا.
- تحتوي على فكرة واحدة فقط ومتكاملة.

ج) الفقرة:

- الاختصار وتجنب الحشو.
- احترام قواعد اللغة.
- انسجامها مع الموضوع المطروح.
- أن تطرح أفكارا جديدة ومناسبة لمتلقيين.
- واضحة ومفهومة.
- أن تكون منسجمة مع بقية الأفكار.
- استخدام الأمثلة التوضيحية والمقارنات والأدلة المقنعة.
- التنوع في استخدام الأساليب اللغوية والبلاغية.
- احتواء الرسالة على ما يستثير الجمهور خوفا ورجاء وطمعا.

ومن جهة أخرى هناك شروط تجب مراعاتها في إعداد الرسالة لضمان استجابة المستقبل له: ⁽¹⁾

- أن يتناسب موضوع الرسالة مع حاجة المستقبل ويجد فيها مصلحته لأنه حر في اختيار ما يشاء من الرسائل المتاحة له. وقد توصل (فرانك لوثر) إلى قاعدة تقول أن الاختيار متوقف على العلاقة بين الفائدة التي ينتظرها المستقبل من جهة والجهد

(1) سلوى عثمان الصديقي، هناء حافظ بدوي، أبعاد العملية الاتصالية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1999، ص 39.

الذي يبذله من جهة أخرى، ويعبر عن ذلك على النحو التالي:

الفائدة المرجوة من الرسالة

الاختيار=

الجهد المبذول في الحصول عليها

- أن تتوافر الرسالة على مثيرات تجلب انتباه المتلقي وتشوقه لمتابعة الرسالة.
 - اختيار الوقت المناسب لظروف وأحوال المتلقي لاستقبال الرسالة ضمانا لحسن استجابته لها.
 - استخدام الرموز التي يفهمها المستقبل لكي تتحقق عملية الاتصال ينبغي أن يتماثل المعنى الذي يثيره الرمز عند المستقبل مع المعنى الذي قصده المرسل عند صياغته وذلك يتوقف على وجود الخبرات المشتركة بينهما أو إطار دلالي مشترك.
 - صياغة الرسالة بما يتناسب مع الوسائل المتاحة للمرسل.
- ويورد (تان)⁽¹⁾ بعض خصائص الرسالة الفعالة كما يلي:
- الرسائل ذات النتائج الواضحة أكثر فاعلية من الرسائل ذات النتائج الضمنية في تغيير آراء المتلقين، ذلك أن المتلقي لا يدرك غالبا الهدف من الرسالة ما لم يكن واضحا أمامه.
 - تزداد قابلية التغيير في الآراء عندما تناقش الرسالة معلومات سارة ومتفق عليها عند المرسل والمتلقي أكثر من مناقشة معلومات خلافية وغير سارة بينهما.
 - التركيز على حسن المقدمة والخاتمة لأنهما الأفضل في التعلم وأكثر ما يترسخ في أذهان المتلقين.
 - التكرار غير المبالغ فيه يؤدي إلى زيادة التعلم والموافقة على الرسالة.

(1) مختار بروال، مرجع سابق ص 108.

- زيادة الفهم للرسالة يؤدي إلى زيادة الاتفاق بين المتلقين مع ما توصي به الرسالة.
- الاستمالة المتوسطة للخوف تكون أكثر تأثيراً في تحقيق الإذعان من استمالات الخوف المرتفعة أو المنخفضة.

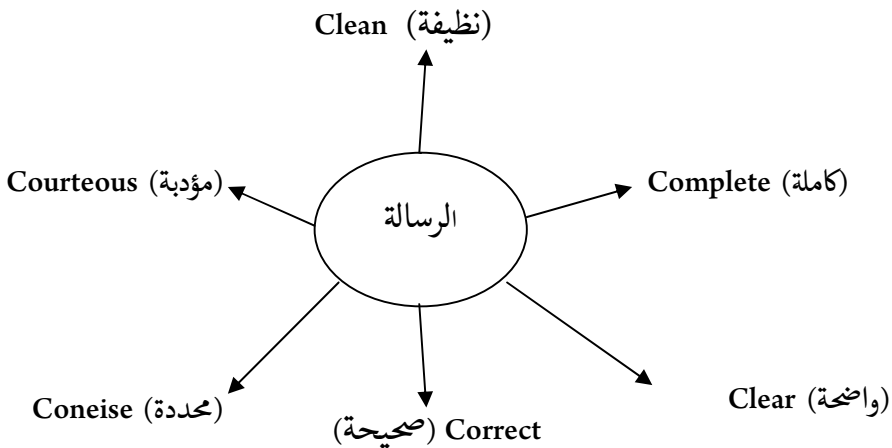
وهناك ثلاثة أنواع من الإستمالات تستخدم في الرسائل الاتصالية لا بد من مراعاتها حتى تزيد من كفاءتها وهي :

- الاستمالة العاطفية وتشمل إيجاد مشاعر ملائمة لدى المتلقي من خلال مخاطبة المشاعر والقيم والعواطف، أو عن طريق وضع المتلقي في جو سعيد عند استقبال الرسالة.
- الاستمالة العقلية باستخدام المنطق والشواهد التجريبية.
- استمالة التخويف بمخاطبة غريزة الخوف عند المتلقي.

ويمكن إضافة الموصفات التالية:

- البساطة واليسر والوضوح، ذلك أن أكثر المتلقين يعانون من أمية دينية، وحتى المثقفين معلوماتهم سطحية. وينبغي ترك التكلف والتعقيد.
- المساس بواقع الناس وحياتهم، أي أن يكون الخطاب التواصلي مستوحى من واقع الناس ومن أحداث الحياة اليومية.
- اشتغال الخطاب التواصلي على عناصر أساسية من الكتاب والسنة: فهما المصدران الرئيسيان لرسالة الملقى المسلم. فعلى القائم على الاتصال أن يكون حسن الصلة بكتاب الله وسنة رسوله وأن يحسن الاستدلال بهما. والمحتوى التواصلي الخالي من آية القرآن الكريم والأحاديث النبوية هزيل وضعيف. إن كثرة الكلام الإنشائي تصيب المخاطب بالملل مهما كانت جزالة الألفاظ وقوة العبارات.
- التوازن بين الأساليب المختلفة كالترغيب والترهيب والوعد والوعيد والتبشير والإنذار والتخويف أسلوب واحد يحدث الملل.

ويمكن تلخيص صفات الرسالة الجيدة في ست صفات تبدأ جميعها بالحرف C على النحو المبين في الشكل التالي⁽¹⁾:



شكل رقم (3) صفات

2- اشتغال الرسالة على نوع الاستجابة المطلوبة للمتلقي:

يدخل القائم على الاتصال في عملية اتصالية مستهدفا إحداث تأثير معين على المتلقي، وعليه أن يحدد نوع الاستجابة المطلوبة منه لرسالته. فإذا لم يدرك المستقبل ما يريده المتكلم بوضوح فلن ينفعل برسالته ولن يستجيب لها لأنها غامضة القصد غير واضحة الهدف. والمتلقي يجب أن لا يجهد نفسه في البحث عن نية وقصد القائم بالاتصال ليستنتج من كلامه ما يريد، وإنما ينبغي أن يكون الكلام واضحاً مباشراً.

(1) ربحي مصطفى عليان، الاتصالات والعلاقات العامة، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2005،

وفي السيرة النبوية خاطب النبي (ﷺ) قريش أكثر من مرة وكان الهدف واضحاً بقوله: " قولوا لا إله إلا الله تفلحوا " (1).

3- اشتغال الرسالة على قدر من التخويف:

والتخويف لا يقصد لذاته وإنما لحمل المتلقي على التفكير فيما فيه نفعه. فالله سبحانه وتعالى لا ينفعه إيمان من آمن ولا تضره معصية من عصى. قال - عز وجل -: ﴿ مَا يَفْعَلُ اللَّهُ بِعَدَابِكُمْ إِنْ شَكَرْتُمْ وَءَامَنْتُمْ وَكَانَ اللَّهُ شَاكِرًا عَلِيمًا ﴾ (2).

وفي القرآن الكريم الكثير من الآيات التي لها طابع الترغيب والترهيب وكذلك الأحاديث النبوية.

فالتخويف يجعل الإنسان ينتبه إلا ما ينفر منه ويلجأ إلى ما فيه الأمان. كما أن هناك من الناس من لا تستمع ضماؤهم لصوت الحق الوداع الرقيق ولكنهم يستيقظون إذا رأوا جلجلة القوة أو التاميح بها.

وكما كان التخويف من مصدر أو قائم بالاتصال له رصيد من الثقة عند المتلقي، كلما ارتفعت قابلية الرسالة المتضمنة لهذا التخويف للتصديق.

ومثال في مواجهة قريش بالدعوة أراد النبي عليه الصلاة والسلام حملهم على التفكير فيما يليقهم إليه.

فقال لهم وهو قائم على الصفا: " أرايتم إن أخبرتكم أن خيلاً تخرج من سفح هذا الجبل تريد أن تغير عليكم أكنتم تكذبوني ؟ قالوا: ما جربنا عليك كذبا.

(1) محمد بن إسحاق، السيرة النبوية، ط1، ج4، دار الكتب العلمية، بيروت، 2004، ص2015.

(2) قرآن كريم، سورة النساء، الآية 147.

فقال: يا معشر قريش أنقذوا أنفسكم من النار إني لكم نذير بين يدي عذاب شديد"⁽¹⁾.

وتتضمن رسالة الاتصال على معاني التخويف من خلال النقاط التالية:

- استحواذ عبارات التخويف على اهتمام المتلقي: يحمل التخويف المتلقي على إعمال الفكرة والنظر والتدبر فيما يلقي إليه وخاصة إذا كان التخويف من مصدر يتمتع بالثقة غير كاذب.
- التخويف يحمل المتلقي على التفكير وسرعة اتخاذ القرار.
- التخويف بالتصريح بزوال شيء له قيمة في نظر المتلقي.
- التخويف بالتلميح إلى زوال ما له قيمة.

4- الإيجاز:

فينبغي أن تكون الرسالة محتوية على كلمات قليلة ولكنها كثيرة المعاني للدقة في اختيارها.

5- مخاطبة العقل:

رسالة الاتصال تخاطب عقل الإنسان، ولا تريد منه أن يصل إلى الإيمان إلا بعد إعمال العقل والفكر. وهو لا يمكنه الاختيار بين أمرين إلا إذا كان للعقل دخل في ذلك.

وإقناع الناس ومخاطبتهم يتم بالحقائق التي يقبلها العقل وقال أيضا: ﴿إِنَّ فِي خَلْقِ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَاخْتِلَافِ اللَّيْلِ وَالنَّهَارِ لَآيَاتٍ لِّأُولِي الْأَلْبَابِ﴾⁽²⁾.

وكان النبي عليه الصلاة والسلام يخاطب عقول الناس بالحقائق والبراهين والأدلة ولا يريد منهم الارتباط بالأوهام والخرافات.

(1) يحيى بن شرف أبو زكريا النووي، شرح صحيح مسلم، ط2، دار إحياء التراث العربي بيروت، 1392هـ.

(2) قرآن كريم، سورة آل عمران، الآية 190.

ومن ذلك موقفه يوم انكسفت الشمس في اليوم الذي توفي فيه ابنه إبراهيم فتحدث الناس بأنها حزنت على إبراهيم، فيسارع إلى إبطال هذا الإدعاء قبل أن يتحول إلى أسطورة، ووقف في الناس

خطيباً قائلاً: "إن الشمس والقمر آيتان من آيات الله لا ينخسفان لموت أحد ولا لحياته"⁽¹⁾.

6- مخاطبة العاطفة:

الإنسان مكون من عقل وعاطفة، والمحتوى التواصلية لا يغفل هذه الحقيقة وهو يتوجه إليهما معاً. ويتباين الناس فيما بينهم فرب فرد تقنعه الحجة العقلية وآخر يخاطب بالחס والوجدان.

والقرآن الكريم يقرر العاطفة مدخلا إلى العقل البشري لإقناعه.

لقوله تعالى: ﴿وَإِذْ قَالَ لُقْمَنُ لِبْنِهِ وَهُوَ يَعِظُهُ يَبْنَىٰ لَا تُشْرِكْ بِاللَّهِ إِنَّ الشِّرْكَ لَظُلْمٌ عَظِيمٌ﴾⁽²⁾.

7- التلاقي مع الحاجات الإنسانية:

إن كل ما يقوم به الإنسان من مجهود يريد به إشباع مطلب أساسي أو حاجة. ولذلك تشكلت الرسالة الإسلامية لتتوافق مع حاجات البشر التي يقرها الإسلام ويعترف بها. وعندما خاطب النبي صلى الله عليه وسلم أهل قريش بالقرآن الكريم كان ضمن ما أمتن الله به عليهم أنه لبي لهم احتياجاتهم إلى الأمن والناس من حولهم في فزع وكان

(1) محمد بن إسماعيل البخاري، مرجع سابق، باب الصدقة في الكسوف، رح 1010.

(2) قرآن كريم، سورة لقمان، الآية 13.

أقل ما ينبغي أن يشكروا نعمة الله ويعبدوا رب هذا البيت في قوله تعالى: ﴿فَلْيَعْبُدُوا رَبَّ هَذَا الْبَيْتِ ۖ﴾ (٢) أَلَّذِي أَطْعَمَهُمْ مِنْ جُوعٍ وَءَامَنَهُمْ مِنْ خَوْفٍ (١).

ويمكن تحديد توافق الرسالة الاتصالية مع الإسلامية مع حاجات الناس ومتطلباتهم كما يلي:

(أ) الحاجة إلى الأمن:

الأمن حاجة من أهم الحاجات الإنسانية قديما وحديثا. فكل فرد يرغب في أن يكون آمنا في منزله وفي عمله وفي الشارع ولذلك تحظى موضوعات الحماية من الجريمة الآن باهتمام كبير. وأصبح كل شيء يشعر الإنسان بالأمن أمر جدير بالاعتبار فتهدد أمن الإنسان يعني تهديد حياته. ولذلك على الرسالة الاتصالية أن تكيّف بناء على هذه الحاجات الإنسانية.

وعلم النفس يضع الحاجات الفزيولوجية كالماء والغذاء في المقام الأول، ثم تليها بقية الحاجات كالأمن والانتماء والتقدير وغيرها.

(ب) الحاجة إلى الانتماء:

الإنسان اجتماعي بطبعه يحتاج إلى الانتماء إلى الجماعة وأن يصبح جزءا من كل، وحاجة الإنسان إلى الانتماء يريد بها أن يؤكد ذاتيته ووجوده من خلال الاشتراك والتفاعل مع أناس آخرين.

(ج) الحاجة إلى التقدير:

الإنسان في حاجة إلى أن يكون موضع احترام ممن ينتمي إليهم وهو في حاجة إلى أن يعلم بنجاحه وأن تكون أعماله ومنجزاته ملحوظة ومعروفة.

(1) قرآن كريم، سورة قريش، الآيات 3-4.

د) الانتقاد دون تجريح:

إذا كانت النفس البشرية في حاجة إلى من يثني عليها علانية فإنها تتضرر من نقدها علانية ومن يفقدها الاحترام بالتجريح.

8- تقديم الرسالة اللفظية في معدل سرعة يمكن المتلقي من متابعتها:

إذا كان من المهم أن تجذب الرسالة الانتباه وأن تكون بلغة المتلقي وألفاظها معروفة لديه وأن يكون ما تشتمل عليه من أمثلة وصور واضحاً مألوفاً بالنسبة للمتلقي، فإن من المهم كذلك أن تخرج كلمات الرسالة اللفظية الشفهية وألفاظها بمعدل سرعة تمكن المتلقي من متابعة المرسل وتفهم معنى الرسالة. فلا معنى لتقديم رسالة ما بلغة المتلقي وألفاظه وبأمثلة مألوفة لديه، ولكن في تسرع وعجلة ومعدل سرعة لا يمكن المتلقي من فهم المعنى، وكذلك تقديم الرسالة ببطء إلى الحد الذي تبدو فيه ثقيلة على الجمهور الذي يصبح متبرماً من انتظار الحتام أو النهاية. فلاستعجال لا يعطي السامع فرصة تذوق الألفاظ والمعاني.

9- تعزيز الحسنة بتشجيع فاعلها:

- الناس بالنسبة لحاجاتهم إلى مخاطبة جوانب الخير فيهم على ثلاثة أضرب:
- الضرب الأول: بلغ درجة من التميز في جانب من جوانب الخير، بحيث صار يحمل لواءه، وهذا يحتاج إلى تعزيز مع عبارات الاعتراف والإشادة والتشجيع.
- الضرب الثاني: تبدو سائر أعماله على خير، ويحتاج إلى إكمال بعض النواقص.
- الضرب الثالث: تغلب سيئاته على حسناته، ويحتاج إلى إيقاظ جوانب الخير فيه بإثارتها من مكملها.

أما الضرب الأول فالمطلوب تعزيز جوانب الخير فيه والثناء عليها، لأن ذلك يعني المصادقة على الفضل والاعتراف بالتفوق، فمن العدل أن يذكر الإنسان بما فيه من مكارم الأخلاق، ولذلك انعكاسات وآثار عديدة منها:

- أن ذكر ما في الإنسان من مظاهر التفوق يؤدي إلى زيادة التمسك بها ورعايتها من صاحبها.

- تبليغ رسالة مفادها أن مكارم الأخلاق هي عصارة الدين؛ لأن العبادة مقدمة والسلوك نتيجة، وإنما جاء الدين ليقيم الخير مقام الشر، والفضيلة مقام الرذيلة والعدل مقام الظلم، وأن كمال الأخلاق وسموها ليس في غير هذا الدين.

- نفي ما قد يفهم أو يتوهم عن القائم على الاتصال من أنه ينظر إلى الناس من منظار الخطيئة.

- إشعار صاحب الفضيلة أنه يتبوأ مكانة من الإسلام بما لديه من رصيد الخير، وهذا يجعله يحافظ على هذه المكانة ولا يفرط بها.

- طالما تطلع الإنسان الصالح للنظر إلى نفسه من مرآة الآخرين، ومعرفة وضعه السلوكي من ميزان الدين والمجتمع، فإن عثر على مكانته المتقدمة، حمد الله وأثنى عليه وزاد من عمل الخير.

- إن إهمال ذكر أخلاق الرجل الصالح قد ينعكس ذلك سلباً على نفسيته، ويكون عليها فتنة.

ولنا في رسول الله (ﷺ) أسوة حسنة، فقد أسند إلى صاحب كل فضيلة فضيلته، قال عليه الصلاة والسلام: «أرأف أمتي بأمتي أبو بكر، وأشد هم في دين الله عمر، وأصدقهم حياء عثمان، وأقضاهم علي بن أبي طالب، وأفرضهم زيد بن ثابت، وأقرؤهم أبي، وأعلمهم بالحلal والحرام معاذ بن جبل، ألا وإن لكل أمة أمينا وأمين هذه الأمة أبو عبيدة بن الجراح»⁽¹⁾.

وكتب الأحاديث مليئة بفضائل ومناقب بعض الصحابة والصحابيات، وفضائل بلدان، وأماكن، وقبائل كثيرة، ذكرت على لسان المربي الأول محمد (ﷺ).

أما الضرب الثاني وهو الذي على خير، ولكن قصرت بهمته عن إدراك معالي الأخلاق ولا يزال تنقصه بعض الصفات، فإذا أراد المربي أن ينصح فيه، فإن من السنة

(1) تخریج السيوطي عن ابن عمر، تحقيق الألباني، صحيح الجامع، رقم 868.

أن يبدأ الحديث معه من رصيد الخير الذي فيه، فذلك مدخل آمن للحديث عن السلبيات، ولو كان البدء بالعيوب التي فيه مفاهم منه أنه منكر لفضله، ومن ذلك قول النبي عليه الصلاة والسلام في عبد الله بن عمر - رضي الله عنهما -: «نعم الرجل عبد الله لو كان يصلي من الليل " فكان بعد ذلك لا ينام من الليل إلا قليلا »⁽¹⁾.

والضرب الثالث هو الذي تغلب سيئاته على حسناته، كأن يكون كافرا بالله أو عاصيا، فن الحكمة البحث عن المداخل الإنسانية التي تحبب إليه الخير، فالإنسان مهما تغلبت عليه الشر لا يخلو من نوازع خير إذا وجدت من يجلو عنها الإهمال.

وقد ورد عن الخليل بن أحمد - رحمه الله -: " الناس أربعة: رجل يدري ويدري أنه يدري فذلك عالم فاتبعوه، ورجل يدري ولا يدري أنه يدري فذلك نائم فأيقظوه، ورجل لا يدري ويدري أنه لا يدري فذلك مسترشد فأرشدوه، ورجل لا يدري ولا يدري أنه لا يدري فذلك جاهل فأرفضوه"⁽²⁾.

ودور المربي تجاوز الانطباع السلبي والبحث عن كوامن الخير في الإنسان، فإذا اكتشف شيئا من ذلك سلط عليها أضواءه الكثيفة، وشجعها. وفي القرآن الكريم أعظم شهادة من الله - عز وجل - لنبية الكريم قوله تعالى: ﴿وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ﴾⁽³⁾. وقوله عن أمته: ﴿كُنتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ مِنْهُمُ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ﴾⁽⁴⁾.

إن عدم الاعتراف لأهل الفضل بفضلهم فقدان للنزاهة والعدل.

(1) أخرجه البخاري في صحيحه، رقم 1070.

(2) أبو الليث نصر بن محمد السمرقندي، بحر العلوم، ت محمود مطرجي، دار الفكر بيروت، 1/338.

(3) قرآن كريم، سورة القلم، الآية 4.

(4) قرآن كريم، سورة آل عمران، الآية 110.

10- التركيز على فعل السيئة بدل فاعلها:

لا ينبغي للقائم على الاتصال في سياق التوجيه التربوي المباشر أن يصرح: " أنت لا تعجبني" ولكن يقول: " لا تعجبني تصرفاتك"، ولا يقول: " أنت ظالم" ولكن يقول: "إنما تفعله ظلم"، ولا يقول: " أنت كافر" ولكن يقول: " ما تفعله كفر".

إن الحكمة تقتضي وصف الأفعال بدلا من وصف فاعليها، وذلك لمقاصد وغايات، منها: عدم تحويل المواجهة من مواجهة أفكار إلى مواجهة أشخاص.

11- تحاشي أسلوب التعيين في النقد:

كان النبي عليه الصلاة والسلام إذا ساء شيء من تصرفات بعض أصحابه، يقوم فيهم خطيبا فلا يزيد عن قوله: "ما بال أقوام"، فيكتفي بالتلميح بدل التصريح، فعن عائشة رضي الله عنها قالت: «كان النبي ﷺ إذا بلغه عن الرجل الشيء لم يقل ما بال فلان يقول، ولكن يقول ما بال أقوام يقولون كذا وكذا»⁽¹⁾. وقال أيضا: «ما بال أقوام يرفعون أبصارهم إلى السماء في صلاتهم»⁽²⁾. فإذا كان في الرسالة كفاية لتحقيق المقاصد الشرعية فقد لا يضيف ذكر الأسماء أحيانا سوى بلبلة في الصفوف. وقد يضبط المسلم متلبسا بخطأ أيضا ومن السنة عدم التشهير به أمام الناس.

12- تحاشي لغة التعميم في النقد:

في القرآن الكريم الكثير من النصوص التي تشير إلى عدل الإسلام، ودقته في وصف سلوك الطرف الآخر، فيندر أن نجد صيغ العموم في مواجهة أمة بأكملها مثل: (كل، جميع) وأشباهها، بل ما نجده صيغا مرنة تفيد النسبية والتبعية، مثل (ومنهم من) وقد تكررت هذه 24 مرة، أما كلمة (منهم) فقد وردت 176 مرة، وكلمة (كثير منهم) تكررت 5 مرات مثل

(1) رواه أبو داود، رقم الحديث 4790.

(2) أخرجه مسلم، رقم الحديث 994.

قوله تعالى: ﴿لَيْسُوا سَوَاءً مِّنْ أَهْلِ الْكِتَابِ أُمَّةٌ قَائِمَةٌ يَتْلُونَ آيَاتِ اللَّهِ آنَاءَ اللَّيْلِ وَهُمْ يَسْجُدُونَ﴾⁽¹⁾. وقوله تعالى: ﴿مِنْهُمْ أُمَّةٌ مُّقْتَصِدَةٌ وَكَثِيرٌ مِنْهُمْ سَاءٌ مَا يَعْمَلُونَ﴾⁽²⁾.

إن استخدام كل وجميع وما في حكمهما ليس أسلوبا ناجحا في الأحكام، واللغة النسيية تخرج المتصل من كثير من المآزق.

ولا ينبغي أن ينظر إلى الناس على لونين لا ثالث لهما، إما أبيض أو إما أسود، إما محض خير، أو محض شر، إما ملك يمشي على الأرض، أو شيطان نبت من تحت الأرض.

13- بساطة اللغة وعدم التكلف:

المطلوب من القائم على الاتصال جمال الأسلوب في عرضه، وسلامة اللغة، والاستعانة بلغة الإشارات المعبرة، والتجديد في طريقة العرض، وعدم الإعتماد على العامية بدل الفصحى إلا للضرورة، لأن ذلك يخرجها عن الفصاحة ويوقعه في الأخطاء، وخاصة في النطق بالنصوص الشرعية، لأن اللهجة قد تصرف النصوص عن معانيها، ويقدح في علمية الملقى وتمكنه وإخلاصه، ويزيف وعي الناس، ويفسد ذوقهم، ويلقنهم معلومات خاطئة.

ومن جهة أخرى لا يحسن به التكلف والتشدد والمبالغة في التصايح.

ولذلك يقول النبي عليه الصلاة والسلام "إن من أحبكم إلي، وأقربكم مني مجلسا يوم القيامة: أحاسنكم أخلاقا، وإن أبغضكم إلي، وأبعدكم مني مجلسا يوم القيامة: الثرثارون والمتشدقون والمتفهبون، قالوا: يا رسول الله قد علمنا الثرثارون والمتشدقون، فما المتفهبون؟ قال: المتكبرون"⁽³⁾.

(1) قرآن كريم، سورة آل عمران، الآية 113.

(2) قرآن كريم، سورة المائدة، الآية 66.

(3) جامع الترمذي، رقم الحديث 218.

والمتشدد هو الذي يتناول على الناس في الكلام، ويتكلم بملء فيه تفاسحا، وتعظيما لكلامه، والمتفنيق هو الذي يملأ فمه بالكلام ويتوسع فيه ويغرب به، تكبرا وارتفاعا وإظهارا للفضيلة على غيره⁽¹⁾.

إن فصاحة اللغة العربية ليست في التفاسح المذموم، ولكنها في مراعاة القواعد، وأن تكون اللغة بسيطة ومألوفة. إن الجمال في لغة التواصل يكمن في قوة الكلمة القريبة في وضوحها ودلالة حجيتها، مع القدرة على التوصيل، أما التكلف فهو يشوه جمال اللغة، ويذهب بروقتها⁽²⁾.

ومن مظاهر التفاسح تعمد إيراد المهجور من اللغة بهدف استعراض مبلغ الثقافة والإطلاع، وامتلاك مؤهلات التفوق والنبوغ، وذلك يدخل في باب الرياء المحبط للأعمال.

14- الاستعانة بلغة الجسد:

الناس ليسوا فقط أسماعا ولكنهم أيضا أبصارا تشاهد، وترقب، وتقرأ، وتحلل، وقد دلت الدراسات أن نسبة تأثير لغة الجسد وفعاليتها في التأثير وشدة الانتباه تصل إلى 65%⁽³⁾. أي أكثر الكلمات تلقى جافة، إشارات اليدين، وتعابير الوجه، من بسط، وقبض، ومن رسم علامات التعجب، والاستغراب، والفرح، والغضب، ونبرات الصوت من خفض ورفع بما يتلاءم مع نوع الفكرة وأهميتها، كل هذه روافد دلالية ذات قيمة تأثيرية مهمة بالنسبة للخطيب، ولغة الجسد تعتبر مؤشر الخطيب على صدق تجربته الوجدانية التي يعيشها. وفي السنة عن جابر بن عبد الله - رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ - قال: "إذا خطب

(1) شرح سنن الترمذي، تحقيق أحمد محمد شاكر وآخرون، ج4، دار إحياء التراث العربي، بيروت، ص

(2) بشير عبد الله المساري، لغة الخطاب الدعوي، كتاب الأمة، ع 143، قطر، 1432هـ، ص 106.

(3) بشير عبد الله المساري، لغة الخطاب الدعوي، المرجع السابق، ص 106.

احمرت عيناه وعلى صوته واشتد غضبه حتى كأنه منذر جيش يقول: صبحكم ومساكم
ويقول: بعثت أنا والساعة كهاتين ويقرن بين إصبعيه السبابة والوسطى⁽¹⁾.

وشرط التأثير في ذلك أن تكون لغة الجسد متلائمة مع منطوق الكلام، فلا يقابل
الخطيب حرارة الفكرة ببرود الأعصاب، ولا ينفعل في موقف حقه الهدوء والانبساط، وأن
تتدرج نبرات الصوت خفضاً ورفعاً مع قوة الفكرة وضعفها، فلما أن يرفع أفكاره إلى مستوى
صوته أو يخفض صوته إلى مستوى أفكاره ومن التقليد البائس أن يعلو صراخ الخطيب في
الموضوع التافه، وأن يشيع ارتفاع الصوت كمؤشر على جودة الخطيب وقوة تمكنه.

ولغة الجسد معبرة، ولأهميتها دخلت ضمن علم اللسانيات وسارت تدرس كلغة
يمكن التخاطب بها بين الأقسام المختلفة، بل ودخلت قراءة الملامح وردود الأفعال
العضوية ضمن القرائن الجنائية في الكثير من دول العالم.

وفي القرآن الكريم نجد لغة الجسد ممثلة في الأبصار الشاحصة والقلوب
الواجبة، والوجوه المسفرة والضاحكة، والوجوه الخاشعة، والباسرة، إنها قراءات معبرة
تغني عن التعبير عن الحالات النفسية التي يعيشها الناس يوم القيامة.

ومن لغة الجسد الاتصال البصري بتوزيع النظرات بين أفراد الجمهور؛ لأن
الكلام موجه للجميع، وتوزيع النظر مع ميول الجسد يشعر المتلقين بأن المتصل يقدر
وجودهم معه من كونه يكلمهم لا يكلم نفسه، ينشد قناعاتهم لا يتفاعل فقط مع قناعاته،
فينشأ بين الطرفين حالة من التعايش الفكري والوجداني، وبه يستطيع الخطيب أن
يقيس حالات الرضا وعدمه من تفحص لغة الوجوه، فإذا وجد علامات الرضا استرسل
في عرض فكرته، وإذا أدرك تمللاً عرف أن هناك خطأ فيعدل في كلامه أو يعدل عنه.

(1) أخرجه الإمام مسلم، رقم الحديث 1407.

وتحويل النظر مع الجسد يرمز إلى وجود حيوية وثقة بالنفس؛ لأن التششب علامة على الخجل والتوتر والخوف، وهذا يجد ذاته يقلق الجمهور أيضا.

15- مخاطبة الملقين بما يفهمون:

قال - عز وجل - : ﴿وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ رَّسُولٍ إِلَّا بِلِسَانٍ قَوْمِهِ لِيُبَيِّنَ لَهُمْ فَيُضِلَّ اللَّهُ مَنْ يَشَاءُ وَيَهْدِيَ مَنْ يَشَاءُ وَهُوَ الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ﴾⁽¹⁾.

وقال أيضا: ﴿فَلَا تَمَيِّزْنَهُمْ بِلِسَانِكَ فَلاَ كَافٍ لَهُمْ بِذَكَرُونَ﴾⁽²⁾.

فمن فقه الاتصال أن يعرف المتصل المتصل به، وأن يعرف أن لغته وأفكاره يجب أن تنتظم في المستوى مع سلك عقول الناس، فيرتقي بلغته وأفكاره إذا كان من يخاطبهم من النخبة، ويبسط لغته وأفكاره مع العامة، مع مراعاة اختلاف الجنس، والعمر والثقافات. وقد نجد من الخطباء والمحاضرين من يبني حديثه على واقع فهمه هو، ويسترسل في الكلام وهو إنما يحدث نفسه ويتفاعل معها، بينما الناس من حوله لا يدرون عن أي شيء يتحدث؛ لأنهم ببساطة لم يشرح المفاهيم ولم يحدد الواقع، ويضع الأرضية المشتركة ليقم عليها التراسل بين مدركات الطرفين.

إن من الغفلة أن يتحدث المتصل عند الأطفال بلغة المناطق وأهل الرأي، وعند أهل البدو بثقافة أهل الحضرة، أو يتحدث عن فلسفات أهل العقائد الفاسدة عند أناس يقرون لله العبودية على الفطرة السليمة، فينشر فيهم الشبهات.

عن أمير المؤمنين علي - رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ - قال: "حدثوا الناس بما يعرفون، أحببون أن يكذب الله ورسوله"⁽³⁾. قال ابن حجر: إن المتشابه لا ينبغي أن يذكر عند العامة".

(1) قرآن كريم، سورة إبراهيم الآية 04.

(2) قرآن كريم، سورة الدخان الآية 58.

(3) أخرجه البخاري، مرجع سابق، رقم الحديث 127.

وقال ابن مسعود - رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ -: ما أنت محدث قوما حديثا لا تبلغه عقولهم إلا كان لبعضهم فتنة ⁽¹⁾.

ويدخل ضمن هذا مراعاة الظروف الوقتية كالمناسبات الطارئة أو الثابتة، من أفرح وأطراح ما يجده محل اهتمام المتصل بهم ومنصرف شغلهم، وهذا شرط للحصول على التفاعل والإيجابية، فليس من الحكمة مثلا أن يتحدث المتصل في يوم فرح عن عذاب القبر وأهوال يوم القيامة، أو يتحدث عن السحر والسحرة والناس في شغل عن أحداث مزلزلة استحوذت على تفكيرهم.

16- التدرج في الخطاب حسب درجة التقبل:

أنزل الله - عز وجل - هذا الدين كاملا ليكون مستودع الخير كله؛ ولأن الإنسان خلق ضعيفا فهما اجتهد ليترقى في كالاته فسيعجزه شمولاً واتساعاً، وهذا عندما يريد أن يجمع بين جميع فرائض الدين ومندوباته في وقت واحد، أما فرائضه فإن الله تعالى يقول: ﴿لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا مَاءً أَتَنَهَا سَيَجْعَلُ اللَّهُ بَعْدَ عُسْرٍ يُسْرًا﴾ ⁽²⁾. وقال أيضا: ﴿لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا﴾ ⁽³⁾.

وقال النبي -عليه الصلاة والسلام-: "إن هذا الدين متين فأوغلوا فيه برفق، ولا تبغض إلى نفسك عبادة الله، فإن المنبت لا أرض قطع، ولا ظهرا أبقى" ⁽⁴⁾. وعن أبي هريرة - رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ - عن النبي (صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ) قال: «إن الدين يسر، ولن يشاد الدين أحد إلا غلبه، فسددوا وقاربوا وأبشروا، واستعينوا بالغدوة والروحة وشيء من الدلجة» ⁽⁵⁾.

(1) أخرجه مسلم، مرجع سابق، رقم الحديث 490.

(2) قرآن كريم، سورة الطلاق الآية 07.

(3) قرآن كريم، سورة البقرة الآية 286.

(4) أخرجه البيهقي، في السنن الكبرى، 18/3.

(5) رواه البخاري، رقم الحديث 39.

فعل الملقى وخاصة إذا كان مربيا أن يقتصد في التوجيهات، وليعلم أنه إذا رغب الناس في طاعة فلا يفرط في التوسع فيها؛ لأنها ستكون على حساب عبادات أخرى.

إن التدرج من سنن الإسلام الثابتة، والإيمان يبدأ نقطة ضوء في القلب ثم تنمو وينمو معها حب الدين وقابلية الالتزام، وإذا كان التدرج قد حدث والوحي ينزل فهو من باب أولى اليوم بعد أن صار الإنسان عرضة لسيل الفتن المتدفقة.

17- تضمين الخطاب مفردات الحياة المعيشة:

لا ينبغي أن يغلب على المحتوى الاتصالي أسلوب التهيب والترغيب أو حديث الثواب والعقاب، وإهمال عالم الشهادة، وذم الدنيا. وهذا خلاف لما جاء في القرآن من اعتبار القيام بشؤون الدنيا جزء من العبادة، مثال ذلك قوله تعالى: ﴿هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ﴾⁽¹⁾. وقد كان من ضمن رسالة الأنبياء تبصير الإنسان بمهمة الاستخلاف في الأرض وإعمارها، واكتشاف ما أودع الله له من قوانين التسخير. قال - عز وجل -: ﴿وَإِلَىٰ نُوحٍ أَخَاهُم مَّصْلِحًا قَالَ يَاقَوْمِ اعْبُدُوا اللَّهَ مَا لَكُم مِّنْ إِلَٰهٍ غَيْرُهُ هُوَ أَنشَأَكُمْ مِّنَ الْأَرْضِ وَاسْتَعْمَرَكُمْ فِيهَا فَاسْتَغْفِرُوهُ ثُمَّ نُوحُوا إِلَيْهِ إِنَّ رَبِّي قَرِيبٌ مُّجِيبٌ﴾⁽²⁾.

ومعنى استعمركم فيها طلب منكم عمارتها.

فمن الحكمة أن تتضمن لغة المحتوى الاتصالي مفردات المنافع الدنيوية، وحسن الاستفادة منها والتعامل معها بشرط أن تكون الدنيا في اليد لا في القلب.

(1) قرآن كريم، سورة الملك، الآية 15.

(2) قرآن كريم، سورة هود، الآية 61.

18- الإسهام في معالجة هموم المتلقين اليومية:

إن من صفات الملقى الناجح أن يبحث عن دوره في المجتمع الذي ينتظره الناس، فرب عمل معروف أبلغ في الموعظة من خطب كثيرة، وجمال الدين ليس فقط في تقديم مواعظ الزهد، ولكن أيضا في حسن إدارة الدنيا بالأمانة والعدل وإشاعة التكافل بين الناس. وليعلم الملقى أن من الناس من يجر إلى الله بعقله، ومنه من يجر بقلبه، ومنه من يجر ببطنه، وهم أولئك الذين ينظرون إلى ما يخرج من يد الداعية أكثر مما ينظرون إلى ما يخرج من لسانه. إن الإسلام دين متفاعل مع حاجات الناس، فالدعوة مثلاً هي رابط فكري وعقدي بين الخلق والخلق، هي أيضا ملتصقة برزق وتأمين مصالح وجلب منافع، ولذا يجب أن يكون التعبير عن الهموم المعيشية للناس حاضرا في خطاب المرسل وجزءا من مهام رسالته، وقد جعل الله الرزق محل إعتبار، ومجال إغراء وترغيب،

وربطه بالعبادة فقال -عز وجل-: ﴿فَلْيَعْبُدُوا رَبَّ هَذَا الْبَيْتِ ۚ ۝٢﴾ أَلَّذِي أَطْعَمَهُمْ مِنْ جُوعٍ وَآمَنَهُمْ مِنْ خَوْفٍ ۝٤﴾⁽¹⁾.

إن مقومات الاستجابة لاسيما عند رقيقي الإيمان لا تقوم على مجرد الإذعان القهري، ولكن أيضا على باعث المصلحة الظاهرة التي هي غريزة في النفس، وهذا يقتضي التفريق في الطرح ومخاطبة النفوس حسب ميولها وتقييمها للأمور، وإن أخذ الناس بمعيار واحد ونهج واحد فيه خلل كبير وقصور عظيم لا ينبغي في حق المتصل.

19- مخاطبة المتلقين على قدر منازلهم:

يتأثر الفرد بالمؤثرات الوظيفية والاجتماعية المحيطة به، ولها دور كبير في تحديد رؤاه وتقييمه للأشياء وقد اعترف الإسلام بذلك. فرب طريقة ما في التصرف أو التخاطب تؤخذ عند الناس على محامل شتى، فتفسر عند هذا بمفهوم وعند الآخر بمفهوم مختلف.

(1) قرآن كريم، سورة قريش، الآيات 3-4.

ويندرج تحت هذا الإطار ما يلي:

- حفظ مقامات المخاطبين: روي عن أم المؤمنين عائشة - رضي الله عنها -: "أن سائلا مَرَّ بها فأعطته كسرة، ومَرَّ بها رجل عليه ثياب وهيئة فأقعده فأكَل، فقيل لها في ذلك فقالت: قال رسول الله (ﷺ) أنزلوا الناس منازلهم"⁽¹⁾، وفي لفظ قالت: "أمرنا رسول الله (ﷺ) أن ننزل الناس منازلهم"⁽²⁾.

إن السمات المتواضع للرجل الأول مؤشر على أن صاحبه لا يحفل بنفسه، وحرى به أن لا ينتظر ذلك من غيره وقد لا يرى في إقاعده مكرمة أو ربما وجد فيه عكس المراد، بينما لا يبدو الأمر كذلك مع السائل الثاني.

والحديث التالي يفسر معنى الحديث الأول بشكل أوضح قال النبي (ﷺ) «إذا أتاكم كريم قوم فأكرموه»⁽³⁾.

إن المبادرات الإيجابية تجاه الآخر رسائل لغوية، ذات أهداف تربوية، قد تكون أبلغ في النفس وأوقع في القلب من الكلام المجرد.

- مخاطبة أهل السلطان بألقابهم: أي خطاب أصحاب الوجاهات الاجتماعية، والزعيمات السياسية بما من شأنه الاحتفاظ بألقابهم الرسمية. وقد استعمل النبي -عليه الصلاة والسلام- الفروق اللغوية لتلاءم الفرق الاعتبارية في رسائله التي أرسلها إلى الملوك، ومنها رسالته إلى هرقل ملك الروم: "بسم الله الرحمن الرحيم، من محمد عبد الله ورسوله إلى هرقل عظيم الروم، سلام على من اتبع الهدى، أما بعد فإني أدعوك بدعاية الإسلام، أسلم تسلم، وأسلم يؤتيك الله أجرك مرتين، فإن توليت فعليك إثم الأريسين"⁽⁴⁾.

(1) أخرجه أبو داود، رقم الحديث 4842.

(2) أخرجه مسلم، ج 1، ص 11.

(3) الألباني، السلسلة الصحيحة، رقم الحديث 205.

(4) أخرجه البخاري.

فالحكمة تقتضي مخاطبة الملوك والرؤساء بما يفهمون عند مخاطبتهم، وأيضاً استخدام الأمر المقبول لديهم كل ذلك سدا لذريعة الإعراض منها.

20- إظهار الشفقة والخوف على المتلقين:

ينبغي أن يكون المتصل منطلقاً من دافع الخوف والشفقة على المتلقين، وهذا ما كان عليه الأنبياء -عليهم الصلاة والسلام-. فقد قال نوح -عليه السلام- لقومه: ﴿إِن لَّا نَعْبُدُوهُ إِلَّا اللَّهَ إِنِّي أَخَافُ عَلَيْكُمْ عَذَابَ يَوْمٍ أَلِيمٍ﴾⁽¹⁾. والنبي هود -عليه السلام- قال لقومه: ﴿إِنِّي أَخَافُ عَلَيْكُمْ عَذَابَ يَوْمٍ عَظِيمٍ﴾⁽²⁾. إلى غير ذلك من الآيات.

فالخوف على الآخر سجية العظماء والمصلحين الذين لا تطيب لهم نفس، ولا يرتاح لهم ضمير، حتى يأخذوا بأيادي الآخرين إلى ما فيه سعادتهم وخيرهم.

21- الدعاء للمخالفين قبل الدعاء عليهم:

يجب على المتصل أن يرشد الناس إلى خالقهم بالبينّة والحجة متمثلاً قول النبي (ﷺ): «إِنَّ اللَّهَ تَعَالَى لَمْ يَبْعَثْنِي طَعَانًا وَلَا لَعْنًا، وَلَكِنْ بَعَثَنِي دَاعِيَةً وَرَحْمَةً، اللَّهُمَّ أَهْدِ قَوْمِي فَإِنَّهُمْ لَا يَعْلَمُونَ»⁽³⁾. فليس من العدل والحكمة التعميم في الدعاء على أعداء الدين، ولا بأس أن يكون الدعاء بعد اتخاذ الأسباب في الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر.

يقول -عز وجل-: ﴿لِيَهْلِكَ مَنْ هَلَكَ عَنْ بَيِّنَةٍ وَيَحْيَىٰ مَنْ حَيَّ عَنْ بَيِّنَةٍ وَإِنِّي لَأَشِيرُ عَلَى اللَّهِ لَكْسِيحٍ عَلَيْهِمْ﴾⁽⁴⁾. فلا بد من البينة والتنبيه للغافل عن دين الله.

(1) قرآن كريم، سورة هود، الآية 26.

(2) قرآن كريم، سورة الشعراء، الآية 135.

(3) رواه البخاري ومسلم.

(4) قرآن كريم، سورة الأنفال، الآية 42.

إن اتصاف الرسالة الخطابية بكل المواصفات السابقة تكسبها كفاءة وقوة ونجاحا وقبولا ورضا عند المتلقين.

رابعاً: عوامل فعالية الوسيلة

تحتل الوسيلة التي يستخدمها المرسل أو المصدر في إيصال الرسالة إلى المستقبل أهمية كبيرة في كفاءة ونجاح العملية الاتصالية، وكثيراً ما يخفق الاتصال ويحيد عن هدفه لسوء اختيار الوسيلة التي تتناسب مع الرسالة من جهة، ومع المستقبل من جهة أخرى، كما أن درجة تأثير الرسالة في المتلقي تتوقف إلى حد كبير على طبيعة الوسيلة المستخدمة في نقل مضمون هذه الرسالة. فضلاً عن أن كل وسيلة تميل بطبيعتها إلى إبراز جوانب معينة من الرسالة أو تلقي الضوء من زاوية معينة على الأفكار والمعلومات والأنباء. ويستقبل الجمهور الرسالة من زوايا تختلف باختلاف وسيلة الاتصال، وبهذا فإن الرسالة إذا ما تناقلتها عدة وسائل في وقت واحد فإن هذا من شأنه أن يعطي صورة متكاملة ومن زوايا مختلفة ومتعددة للرسالة الاتصالية.

كما أن التنوع في استخدام وسائل نقل الرسالة الاتصالية من شأنه أن يفيد في استيعاب الفروق الفردية الموجودة بين المستقبلين من حيث قدرتهم على ترجمة وإدراك الرسالة وفك رموزها.

ويلخص لنا (تان) بعض نتائج الدراسات حول فعالية الوسائل الإعلامية في التأثير، وذلك على النحو التالي⁽¹⁾:

1- الوسائل الحية المسموعة والمرئية تكون عموماً أكثر الوسائل فعالية في تغيير الاتجاهات، تتبعها الوسائل الشفوية (المسموعة)، ثم الوسائل المكتوبة (المقروءة).

(1) مختار بروال، مرجع سابق، ص 115.

2- تكون الرسائل المكتوبة أسهل في التعلم والتذكر من الرسائل المسجلة صوتياً، أو بالصوت والصورة، وخصوصاً إذا كانت الرسائل معقدة، وإذا قيس التذكر بعد تقديم الرسالة.

3- يتفاعل شكل الاتصال مع درجة تعقيد الرسالة في تحديد تغيير الاتجاهات عند المتلقين، وتكون المواد المكتوبة أكثر فاعلية في تغيير الاتجاهات من المواد المسجلة صوتياً أو بالصوت والصورة، وذلك عندما تكون الرسالة صعبة. أما عندما تكون الرسالة سهلة فإن أشرطة الفيديو تكون أكثر فاعلية من الرسائل المكتوبة.

4- عندما تكون الرسالة صعبة فإن قدرة المتلقين على فهم الرسائل المكتوبة تكون أفضل من القدرة على فهم الرسائل المسموعة أو المرئية.

5- يتفاعل شكل الاتصال مع درجة مصداقية المصدر في تحديد تغيير اتجاهات المتلقين، وعند استخدام التلفزيون مثلاً تكون الثقة بالمصادر أكثر فاعلية في تغيير الاتجاهات من استخدام الراديو أو الطباعة، وعدم الثقة بالمصادر يكون أكثر فاعلية عند استخدام الراديو أو المواد المطبوعة⁽¹⁾

ويقترح (القصار) عدة معايير من الواجب مراعاتها قبل اختيار الأداة وهي⁽²⁾:

أ) مدى ملائمة الوسيلة المستخدمة لمستقبل الرسالة: حتى تؤدي الرسالة الغرض المنشود منها على المرسل أن يختار أنسب الوسائل لنقل الرسالة، فإذا كان المستقبل أمياً توجب على المرسل استبعاد خيار الرسالة المكتوبة وإذا كان المستقبل أصماً توجب على المرسل استبعاد خيار الرسالة الشفوية لذلك يجب على المرسل قبل أن يفكر في إرسال رسالته التفكير في مدى ملائمة تلك الوسيلة المختارة لنقل الرسالة للمستقبل.

(1) محمد منير حجاب، مرجع سابق ص 127.

(2) محمد دهم الظفيري، فن الاتصال اللغوي ووسائل تنميته، ط1، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، 1999، ص 38.

ب) درجة الاعتماد أو الثقة في الوسيلة المستخدمة: عند اختيار الأداة لنقل رسالة ما، على المرسل أن يحسن اختيار الأداة بحيث تكون الأنسب والأوثق في دقة نقل الرسالة، والتأكد من فعالية تلك الوسيلة وأن يتقن فنون الأداة المختارة لنقل الرسالة.

ج) مدى ملائمة الأداة المستخدمة لطبيعة الرسالة: يختلف محتوى الرسائل بعضها عن بعض ولكل نوع طبيعته التي تحتم على المرسل اختيار الوسيلة الأنسب لحمل الرسالة.

د) مدى إتقان المرسل والمستقبل للأداة المختارة: إن اختيار المرسل للوسيلة المستخدمة لنقل الرسالة يجب أن يناسب قطبي الاتصال (المرسل-المستقبل) على حد سواء. فلا ينبغي أن يكون المعيار الوحيد لاختيار الأداة مناسبتها فقط للمستقبل أو المرسل. بل يجب أن يتقن المرسل والمستقبل الأداة المختارة حتى تستطيع الأداة حمل الرسالة بصورة صادقة ومعبرة كما يتوقعها الطرفان.

كما يتحكم في استخدام الوسيلة العوامل الآتية⁽¹⁾ :

- طبيعة الفكرة المطروحة أو الهدف الذي نسعى إلى تحقيقه.
- خصائص الجمهور المستهدف من حيث عاداته الاتصالية، وقابليته للتأثر من خلال أسلوب معين يتحقق بشكل فعال عن طريق وسيلة معينة.
- تكاليف استخدام الوسيلة بالنسبة لأهمية الهدف المطلوب تحقيقه.
- أهمية عامل الوقت بالنسبة لموضوع الذي يتناول الاتصال.
- مزايا كل وسيلة وما تحقّقه من تأثير على الجمهور المستهدف من تناسب الوسيلة المختارة مع موضوع الرسالة ومع إمكانات وخصائص وعدد المتلقين.
- أن تتوفر وتنوع الوسائل المستخدمة في التواصل في المؤسسة التربوية بشكل كاف يستوعب الفروق الفردية بين المستقبلين.

(1) رحيمة عيساني، مرجع سابق، ص 90.

- أن يكون التركيز على الوسائل السمعية والمرئية، تليها الوسائل الشفوية، المسموعة ثم المكتوبة والمقروءة.
- أن تستعمل الوسائل الشائعة بين الأساتذة والسهلة الاستخدام التي تصل إلى أكبر عدد منهم.
- أن تكون وسيلة الاتصال سليمة خالية من العيوب حتى يصل مضمون الاتصال إلى المستقبل بدقة.
- أن تكون وسيلة الاتصال خالية من التشويش والتحريف ومناسبة لطرفي الاتصال معا.
- أن لا يكون تعارض بين الوسائل المستخدمة إذا ما استعملت أكثر من وسيلة في عملية الاتصال.
- أن تكون موازنة بين استخدام الوسائل المكتوبة والوسائل الشفوية للاتصال.
- أن يتسم الاتصال بالسرعة مسارا للأحداث ومراعى للتكلفة.
- أن تضمن نقل مضمون الرسالة إلى جميع المتلقين أساتذة كانوا أو إداريين.
- أن تكون الوسيلة ذات مصداقية وموثوقية ودقيقة في نقل المعلومة كما هي إلى المتلقي دون تحيز.
- أن تتلاءم الوسيلة المختارة مع طبيعة الفكرة المطروحة وحجم الهدف المتوخى.
- أن تتناسب الوسيلة المستعملة مع العادات الاتصالية الأكثر شيوعا بين القائمين على الخطاب والمتلقين له.
- أن تتناسب تكاليف الوسيلة مع أهمية الهدف المطلوب تحقيقه.
- أن تتناسب الوسيلة مع الوقت المخصص لنقل موضوع الرسالة.

خامسا: رجع الصدى أو التأثير

سؤال مصيري واستراتيجي يفرض نفسه على المشتغلين بالاتصال بكل فنون الاتصال أن يطرحوه باستمرار، لأنه يدخل إلى فضاءاتهم الفكرية والنفسية والروحية

والأدبية والمنهجية من غير استئذان، ومن غير تردد ولا نجمل وهو ما دور وأثر فعلي التربوي والتأثيري في جمهور المدعويين؟ وهل الجهود الدعوية تأثيرات مباشرة أو غير مباشرة في تغيير أفكار ورؤى ومعتقدات وقناعات وسلوكات وحياة جمهور المدعويين⁽¹⁾، لذا يعد ركن أي تأثير؟ أو بأي ردة فعل؟ أو رجع الصدى أو أثر الرسالة في الجمهور من بين أهم الحلقات الواجب تتبعها ودراستها ضمانا لمكاسب كثيرة، واتقاء لمخاطر كثيرة، ودرء التأويلات وانحرافات متعددة⁽²⁾..

ورجع الصدى أو ردة الفعل هو إعادة المعلومات للمرسل حتى يستطيع أن يقرر ما إذا كانت الرسالة حققت أهدافها من عدمه⁽³⁾، وهو بذلك عملية تبين مدى تأثير المستقبل بالرسائل التي نقلها إليه المرسل، ورجع الصدى قد يكون:

1- إيجابيا فتتواصل العملية الاتصالية، أو سلبيا فتتغير أو تتوقف العملية.
2- رجع الصدى قد يكون نابعا من إحساس المرسل بفاعلية الرسالة وتأثيرها وقد يكون خارجيا.

3- فوريا كما هو الحال في الاتصال الشخصي أو مؤجلا كما هو في الاتصال الجماهيري.
4- حرا يصل من المتلقي إلى المرسل دون عوائق، أو مقيدا يصل إلى المرسل بعد المرور على حراس البوابات الإعلامية ويستغرق وقتا طويلا حتى يحقق أهدافه، ويتيح رجع الصدى وظائف مفيدة للعملية الاتصالية مثل قياس مدى الفهم واستيعاب التأثير في عملية الاتصال⁽⁴⁾ ويندرج تحت هذا العنصر التأثير وهو نتاج عملية الاتصال وهدفها النهائي، ويعد إحداث الأثر المطلوب في جمهور المستقبلين للرسالة الاتصالية هدفا

(1) أحمد عيساوي، مرجع سابق، ص 179.

(2) أحمد عيساوي، مرجع سابق، ص 180.

(3) رحيمة عيساني مرجع سابق ص 95.

(4) مصطفى بلقاسمي، مكانة الخطاب المسجدي في عصر الوسيلة الاعلامية، رسالة ماجستير، جامعة

باتنة، 2011، ص 48.

جوهرها للمرسل، بمعنى أنه يريد من خلال رسالته للمستقبل الوصول إلى تأثير معين يتجلى في تغير في التصور والفكرة ومنه إحداث تغير في السلوك.

ويبقى التأثير مسألة نسبية ومتفاوتة بين شخص وآخر وجماعة وأخرى، تبعا لطبيعة الوسيلة الاتصالية المعتمدة.

ويعد التحلي بأدبيات الاستماع أهم عامل في تحقيق الأثر الطيب لدى جمهور المستقبلين، وعليه فقياس الأثر الصحيح ومعرفة النتائج يترتب أساسا على حسن السمع أولا، وعلى مدى دقة وحسن الاستماع ثانيا، لأن السمع حاسة من حواسنا الخمسة نسمع بها ما نريد وما لا نريد، بينما الاستماع هو عملية تصفية وتحليل ما سمعنا.

وللاستماع أدبيات أساسية لا مناص من التدرب عليها، وأهمها:

(أ) تهيئة الذهن للتلقي، بإقصاء وإبعاد ما يشغله أو يشتته من أفكار جانبية لا علاقة لها بالمادة المسموعة.

(ب) الشعور بأهمية النص الملقى على السمع.

(ج) اتخاذ الجلسة أو الوقفة المناسبة أثناء الاستماع، فبعض أوضاع الجلوس أو الوقوف تشتت التركيز.

(د) الامتناع عن القيام بحركات يدوية أو بالأرجل يمكن الاستغناء عنها، لأنها تشتت وتمنع التواصل.

(هـ) التوجه بالنظر إلى الملقى، فذلك مما يشعره بالاهتمام والاحترام لما يقول، ويدفعه إلى الاستمرار في تواصله بجد.

(و) تجنب مقاطعة المتحدث أثناء حديثه والصبر عليه⁽¹⁾.

(1) أحمد عيساوي، مرجع سابق، ص 183.

والمتلقي المستمع له ثلاث مستويات هي :

- مستمع عادي، وهو الذي يتلقى المادة المسموعة فيأخذ منها ما يريد في وقت وجيز، ولا يزعج نفسه بتحليل ما يسمع.
- مستمع يتلقى ما يسمع فيتذكره ويحلله ويقلبه على عدة أوجه ويفسره ويستنتج منه.
- منصت يؤدي ما يفعله كل من السامع والمستمع، ويضيف إلى ذلك مهارة خاصة في استيعاب المادة المسموعة ونقدها أو نشرها بعمق، فهو مستمع مبدع، والإنصات أرفع درجات الاستماع، وهو تأمل كامل بالمسموع، يديره العقل والقلب والوجدان وسائر أنشطة التفكير القلبي.

* خلاصة عامة لعوامل الفعالية:

من خلال ما توصلنا إليه من معلومات في مختلف المراجع حول موضوع كفاءة ونجاعة وفعالية العملية الاتصالية، فإنه يمكن تلخيص وتحديد عوامل كل ذلك فيما يلي :

* عوامل الفعالية على مستوى المرسل :

يكون المرسل محققا للكفاءة والفعالية إذا توفرت فيه مجموعة من الشروط :

1- عوامل لغوية ونذكر منها :

- أن يكون قادرا على التعبير بوضوح عن موضوعه.
- أن يحسن اختيار الألفاظ المناسبة الدالة على المطلوب، ومراعاة مقتضى الحال أي أن يكون قادرا على استيعاب المتلقي ومستواه.
- أن يكون متمكنا من توظيف واستثمار المعارف اللغوية في المقامات والوضعيات المختلفة.
- أن يكون قادرا على وضع الرموز في المكان المناسب والتعبير عنها بما يفهمه المتلقي.
- أن يكون قادرا على فهم مختلف الرسائل واستعادة فحواها.
- أن يحسن وضع الكلمات والجمل والفقرات بانسجام.

- أن يوظف المعاني القريبة من ذهن المتلقي، ويتعدى عن التعقيد والتكلف في الألفاظ والأساليب.
- أن يلتزم الإيجاز قدر الإمكان، مع الحفاظ على المعنى.
- أن لا يكثر من التكرار إلا لضرورة.
- أن يتمتع بالحس النقدي قادرا على التفسير والحكم والتعليق على استجابات جمهور المتلقين بذلك.
- أن يكون عارفا ومتمكنًا من فنون وتقنيات العرض الشفوي والتعبير الكتابي.
- أن يكون قادرا على الاستدلال والبرهنة والحكم والتقويم.
- أن يكون متمكنًا من فنون التنظيم والتخطيط والتمييز والمقارنة والربط...إلخ.
- أن يكون سليما من عيوب النطق مثل: اللكنة، اللثغة، الفأفة، التأناة، سرعة نسق الكلام، خفوت الصوت...إلخ.
- أن يكون قادرا على توظيف اللغة الرمزية كالإشارات وأوضاع الجسم، والإيحاءات...إلخ.

2 - عوامل معرفية:

- أن يكون قادرا على توظيف المعارف في مختلف المقامات والأحوال.
- أن يمتلك الخبرة والثقافة الواسعة خاصة في تخصصه.
- أن يكون ملما بجميع جوانب وخلفيات الموضوع الذي يطرحه.
- أن يتحقق من الهدف الفعلي قبل الشروع في عملية التواصل مع غيره.
- أن يكون قادرا على تنظيم أفكاره قبل عرضها مع إخضاعها للعقل والمنطق.

3 - عوامل نفسية واجتماعية:

- أن يكون قادرا على الاندماج مع واقع المتلقي.
- أن يكون مصدر ثقة وإعجاب للمتلقي.
- أن يبني موضوعه ويطرحه بناء على الواقع المعيش، وظروف وخصائص المتلقي.

- أن يمتلك الدافعية القوية في مهنته والتواصل مع غيره.
- أن يحرص على توفير عوامل جذب انتباه المتلقي لموضوع الرسالة.
- أن يمتلك المصداقية والنزاهة.
- أن يكون هادئاً متقبلاً للآخر.
- أن يمتلك الثقة في نفسه.
- أن يستشير من حوله.
- أن يراعي طبيعة ردود الأفعال لدى الجمهور.

4 - عوامل فنية ومادية:

- أن يمتلك فنون التعامل ومهارات التفاعل مع الآخرين مثل: مهارة التحدث والاستماع والخطابة والمناقشة والكتابة والقراءة.
- أن يحسن استخدام نبرات الصوت ويحسن توظيفها حسب المقامات.
- أن يحسن اختيار الوسيلة الملائمة لموضوع الرسالة، والتناسبة مع إمكانياتهم.
- أن ينوع في استخدام وسائل الاتصال الحديثة.
- أن يعم طرحة بضرب الأمثلة المناسبة، واستخدام وسائل الإيضاح المتاحة.
- أن يعتني بالمقدمة الجذابة.
- أن يكون قادراً على الإثارة والإقناع.
- أن يكون قادراً على إدارة الحوار.
- أن يتقن فن السؤال.
- أن يحسن اختيار الوقت المناسب والمكان الملائم ل طرح رسالته.
- أن يهتم بشكله الظاهري لجذب احترام المتلقي.
- أن يكون مهتماً بالمتلقي أثناء الحديث معه.

5 - عوامل إنسانية أخلاقية:

- أن يحسن الاهتمام بمشكلات المتلقي، ومراعاة مشاعره.

- أن يتيح الفرصة للمتلقين لإبداء آرائهم، ويشعرهم بالطمأنينة والأمن النفسي.
- أن يتعامل مع المتلقين بالأخلاق الرفيعة.
- أن يحرص على تنمية العلاقات بين الأفراد.
- أن يتعامل بمبدأ العدل والمساواة.
- أن لا يتسرع في إصدار الأحكام على غيره.

* عوامل الفعالية على مستوى الرسالة:

1- العوامل اللغوية:

- أن تكون لغة الرسالة مفهومة، والعبارات واضحة.
- حسن بناء وإخراج الرسالة بشكل صحيح، من حيث اختيار الألفاظ والمصطلحات المؤثرة والمناسبة.
- أن تكون الألفاظ مناسبة لمستوى المتلقي.
- حسن تركيب الجمل بطريقة مؤثرة وهادفة ودقيقة.
- حسن الاستدلال بالحجج المنطقية.
- حسن الربط بين أجزاء الرسالة وأفكارها.
- الابتعاد عن التكرار الممل.
- التنوع في الأساليب البلاغية.
- أن تكون حركة اليد والجسم متناسبة مع الرسالة.

2- العوامل الفنية:

- أن تصمم الرسالة بما يخدم مصالح المتلقي وانشغالاته.
- أن يكون الموضوع واقعياً وواضحاً.
- أن يكون الموضوع بعيداً عن الذاتية والتجريد.
- أن تكون الرسالة واضحة في القراءة والاستماع.
- أن تكون الرسالة خالية من الأخطاء مهما كان نوعها.

- أن تكون متوسطة الطول لا قصيرة ولا طويلة مملة.
- أن تحتوي الرسالة على مثيرات تجلب الانتباه.
- أن تعمل الرسالة على إشباع الحاجات الشخصية للمتلقي.
- أن تحتوي على معلومات جديدة وجذابة ومتسلسلة.
- أن تحتوي على مقدمة وخاتمة جذابتين.
- أن تدفع الرسالة المتلقي إلى تحمل المسؤولية.
- أن تكون الرسالة مقنعة للمتلقي ومؤثرة فيه.

* عوامل الفعالية على مستوى المتلقي:

- أن يتعامل مع الملقى باحترام وتقدير وإيجابية.
- أن يبتعد عن الانتقاء للمعلومات التي يستقبلها ويفسرها حسب هواه.
- أن يكون قادرا على فك رموز الرسالة التي يتلقاها وفهمها.
- أن يكون محيطا بالمبادئ العامة للرسالة الإسلامية.
- أن يشترك مع الملقى في الخلفية الفكرية واللغوية والاجتماعية.
- أن يكون سليما في جهاز استقباله الحسي خاصة حاستي السمع والبصر.
- أن يمتلك الدافعية والرغبة في التواصل مع الملقى والاطلاع على مضمون الرسالة التي يتلقاها.
- أن يكون واثقا من نفسه.
- أن يكون هادئا منتبها أثناء استقبال الرسالة.
- أن يمتلك الثقة في مصدر الرسالة.
- أن يتأنى في فهم واستيعاب موضوع الرسالة، ولا يتسرع في ذلك
- أن ينظر إلى موضوع الرسالة نظرة شاملة وكاملة.
- أن لا يتسرع في اتخاذ موقف أو تكوين رأي إلا بعد تلقي الرسالة كاملة.

* عوامل الفعالية على مستوى الوسيلة:

- أن تكون الوسيلة المختارة متناسبة ومتلائمة مع موضوع الرسالة ومع خصائص وظروف المتلقين.
- أن تكون الوسائل المستخدمة متنوعة بشكل كاف يستوعب الفروق الفردية بين المتلقين.
- أن تكون الأولوية للوسائل السمعية البصرية ثم الوسائل الشفوية ثم الوسائل المكتوبة أو المقروءة.
- أن تكون الوسيلة المستخدمة سليمة من العيوب.
- أن يجدد الملقى في وسائله مستخدماً أحدث التقنيات المتاحة.
- أن تكون الوسيلة ذات مصداقية في نقل المعلومات.
- أن تتلاءم الوسيلة المختارة مع طبيعة الفكرة المطروحة والهدف المبتغى والواقع المعيش والوقت المتاح.

خاتمة:

إن دراسة كل ما يتعلق بجودة الأداء، وفاعلية العمل والوسيلة، من ضرورات العصر، ومقتضيات التعايش مع النفس ومع الغير، حفظاً للذات، وأداءً للواجبات. ونحن في عصر لا يعترف بالضعف والضعفاء، والرداءة، مهما كان مصدرها. ونحتاج باستمرار إلى حسن استثمار وتوظيف كل ما توصل إليه العقل البشري في كل شعاب الحياة. وإن التأصيل للمقولات، والممارسات، من واجبات المثقفين النزهاء، الذين يحرصون على تميز أمتهم، ويسعون إلى أن تضع بصمتها بين غيرها من الأمم.

مراجع ذات صلة:

- 1- أحمد عيساوي، منهجية البحث في عملية الاتصال الدعوي، ط1، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2012.
- 2- زهير إحدادن، مدخل لعلوم الاعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2002.
- 3- راشد علي عيسى، مهارات الاتصال، ط1، كتاب الأمة، ع 103، وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، قطر، 2004.
- 4- مومن أحمد، اللسانيات النشأة والتطور، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007.
- 5- محي الدين عبد الحليم، خطبة الجمعة والاتصال بالجماهير، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، دت.
- 6- مختار بروال، الكفاءة التواصلية في الإدارة المدرسية، رسالة ماجستير، جامعة باتنة، 2009.
- 7- الزمخشري، الكشاف، ج2، دار الفكر، بيروت، دت.
- 8- ابن قيم الجوزية، إعلام الموقعين، ج1، دار الجيل، بيروت، دت.
- 9- محمد بن اسماعيل البخاري، صحيح البخاري، ط1، ج1، دار ابن كثير، دمشق، 2002.
- 10- محمد رمضان أبو بكر محمود، دراسة ميدانية لواقع الدعوة والدعاة في مصر، أطروحة دكتوراه، جامعة الأزهر، 1999، ص 266، نقلا عن طلعت عفيفي، أخلاق الدعاة إلى الله بين النظرية والتطبيق.
- 11- أبو الحسن الندوي، ماذا خسر العالم بالخطا المسلمين، ط10، دار القلم، الكويت، 1977.

- 12- عبد الله بن عبد الرحمان الدارمي، المسند الجامع، ط1، ج1، دار البشائر الإسلامية، بيروت، 2013.
- 13- محمد الغزالي، مع الله، ط1، نهضة مصر، د.ت.
- 14- سيد قطب، معالم في الطريق، ط9، دار الشروق، مصر، 1982.
- 15- علي عبد الحليم محمود، فقه الدعوة إلى الله، ط1، دار الوفاء، د.ت.
- 16- محمد الغزالي، مشكلات في طريق الحياة الإسلامية، دار البشير، القاهرة، 1989.
- 17- الزمخشري، الكشاف، ط3، ج3، دار المعرفة بيروت، 2009.
- 18- إسماعيل بن محمد العجلوني، كشف الخفا ومزيل الإلباس عما اشتهر من الأحاديث على ألسنة الناس، ط3، ج1، مؤسسة الرسالة، 1983.
- 19- ابن قيم الجوزية، الفوائد، دار الكتب العلمية، بيروت، 1973.
- 20- محمد بن عبد الله الحاكم، المستدرک علی الصحيحین، ط2، ج1، دار الكتب العلمية، بيروت، 2002.
- 21- أبو حامد الغزالي، إحياء علوم الدين، ج1، دار الفكر، بيروت، 1995.
- 22- علي محفوظ، هداية المرشدين، ط9، دار الاعتصام، القاهرة، 1979.
- 23- ابن كثير، تفسير القرآن العظيم، ط2، ج4، دار طيبة، الرياض.
- 24- محمد الغزالي، خلق المسلم، دار الكتب الإسلامية الحديثة.
- 25- ابن عبد البر، جامع بيان العلم وفضله، ط1، ج1، دار ابن الجوزي، الدمام، 1994.
- 26- ابن قيم الجوزية، زاد المعاد في هدي خير العباد، مج2، ج3، دار الكتاب العربي، بيروت، د.ت.
- 27- عبد الجابر إبراهيم محمد، المفيد للخطيب الجديد، ط1، مكتبة ابن كثير، الكويت، 2006، ص50.

- 28- عبد الله شحاتة، الدعوة الإسلامية والإعلام الديني، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 1986، ص 22 بتصرف.
- 29- يوسف القرضاوي، ثقافة الداعية، دار البعث، قسنطينة، الجزائر، 1984.
- 30- محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط1، الدار العالمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.
- 31- مختار بروال، الكفاءة التواصلية في الإدارة المدرسية، رسالة ماجستير، جامعة باتنة، 2009.
- 32- عاطف عدلي العبد، الاتصال والرأي العام، دار الفكر العربي، القاهرة، دن، 1993.
- 33- رحيمة عيساني، مدخل إلى الإعلام والاتصال، ط1، مطبوعات الكتاب والحكمة، باتنة، 2007.
- 34- أيمن صالح، تلقي النص الديني، دراسة أصولية مقاصدية، مجلة إسلامية المعرفة، ع 40، 2005، المعهد العالمي للفكر الإسلامي، لبنان.
- 35- عبد الرحيم بن محمد المغنوي، الأسس العلمية لمنهج الدعوة الإسلامية، ط2، دار الحضارة، الرياض، 2010، ص 580 بتصرف.
- 36- أحمد بن عبدالحليم بن تيمية، مجموع الفتاوى، ط2، دار الوفاء، الاسكندرية، 2008.
- 37- محمد بن إسماعيل البخاري، صحيح البخاري، رقم الحديث 5200، مرجع سابق.
- 38- عاشور تومة، بلاغة الخطاب القرآني وأثرها في المتلقي، مجلة قراءات، ع 8، جامعة بسكرة، 2016.
- 39- حنان شعبان، أثر الفواصل الإشهارية التلفزيونية على عملية التلقي، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، 2009.

- 40- شياء ذو الفقار زغيب، نظريات في تشكيل اتجاهات الرأي العام، ط1، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2004.
- 41- محمد منير حجاب، المدخل الإنسانية للعلاقات العامة، ط2، دار الفجر، مصر، 1999، ص60.
- 42- سلوى عثمان الصديقي، هنا حافظ بدوي، أبعاد العملية الاتصالية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1999.
- 43- رجب مصطفى عليان، الاتصالات والعلاقات العامة، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2005.
- 44- محمد بن إسحاق، السيرة النبوية، ط1، ج4، دار الكتب العلمية، بيروت، 2004، ص2015.
- 45- يحيى بن شرف أبو زكريا النووي، شرح صحيح مسلم، ط2، دار إحياء التراث العربي، بيروت، 1392 هـ.
- 46- أبو الليث نصر بن محمد السمرقندي، بحر العلوم، ت محمود مطرجي، دار الفكر بيروت، 338/1.
- 47- شرح سنن الترمذي، تحقيق أحمد محمد شاكر وآخرون، ج4، دار إحياء التراث العربي، بيروت.
- 48- بشير عبد الله المساري، لغة الخطاب الدعوي، كتاب الأمة، ع 143، قطر، 1432 هـ.
- 49- محمد دهم الظفيري، فن الاتصال اللغوي ووسائل تنميته، ط1، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، 1999.
- 50- مصطفى بلقاسي، مكانة الخطاب المسجدي في عصر الوسيلة الاعلامية، رسالة ماجستير، جامعة باتنة، 2011.



ISBN: 978-9931-881-46-9



شركة الأصالة للنشر / الجزائر

المقر: حي المندرين الصنوبر البحري قطعة رقم 161 المحمدية

الفاكس: 023 75 08 22 الهاتف: 0669 00 47 44

البريد الإلكتروني: assala@assala-dz.net

الموقع الإلكتروني: www.assala-dz.net